

Ich werde
mein volles Potenzial
passgenau absichern.

Meistern Sie die Gothaer Challenge
zum Wert der Arbeitskraft.

Bereit
für die
Challenge?



03.02.2021 07:57 CET

Spielerisch und digital – Gothaer startet Kampagne zur Arbeitskraftabsicherung

Köln, 03. Februar 2021 – Die Absicherung der eigenen Arbeitskraft steht bei vielen Menschen nicht auf der Agenda. Unbestritten ist diese Absicherung eine der wichtigsten, die man im Leben abschließen sollte. Die Gothaer führt in einer aktuellen Kampagne auf spielerische Art an dieses Thema heran – das Ganze natürlich voll digital.

Erkenne den Wert deiner Arbeitskraft – mit dieser Aussage lädt die Gothaer auf eine spezielle Landingpage ein und möchte damit vornehmlich jüngere

Menschen erreichen. So wird man dort nicht gleich mit trockenen Informationen überfüttert, sondern mit Gamification an das Thema Arbeitskraftabsicherung herangeführt. So kann man einen persönlichen Avatar basteln und wird spielerisch durch die ganze Thematik geführt.

Dazu gibt es ein Quiz in Form einer Online-Challenge zum Thema Arbeitskraft, was den Wert der eigenen Arbeitskraft plastisch verdeutlicht. Als Dank gibt es schließlich einen „Gut zu wissen“-online-Kalender, in dem man viele interessante Fakten erfährt – etwa, dass man ab dem 11. Juli nicht mehr für das Finanzamt sondern den eigenen Geldbeutel arbeitet. Zum Abschluss ist eine einfache Terminvereinbarung möglich, um sich gleich zu dem komplexen Thema beraten zu lassen. Alles spielt sich vornehmlich auf dem Smartphone ab.

Für die Kampagne werden von den Gothaer-Agenturen jüngere Kunden kontaktiert und auf das existenzielle Risiko einer Berufsunfähigkeit aufmerksam gemacht. Es kann aber auch jeder andere, der Interesse an der Thematik hat, teilnehmen. Dazu wird die Kampagne auf den Social Media Kanälen der Gothaer flächendeckend begleitet.

„Wir möchten mit dieser Kampagne neue Wege beschreiten und so solche Zielgruppen erreichen, für die Versicherungen ganz weit weg sind“, betont Vertriebsvorstand Oliver Brüß. „So wollen wir ein Bewusstsein für die Problematik schaffen und die Menschen möglichst früh für das Thema sensibilisieren.“

Erste Tests der Kampagne waren sehr vielversprechend. Das Schaffen eines eigenen Avatars war absolut gefragt, die meisten Probanden haben sich danach auch mit dem Thema der eigenen Arbeitskraft auseinandergesetzt. Die Kampagne läuft bis Mitte April und wurde zusammen mit der Agentur defacto BE/ONE GmbH umgesetzt.

Der Gothaer Konzern gehört mit 4,1 Millionen Mitgliedern und Beitragseinnahmen von 4,5 Milliarden Euro zu den großen deutschen Versicherungskonzernen und ist einer der größten Versicherungsvereine auf Gegenseitigkeit in Deutschland. Angeboten werden alle Versicherungssparten. Dabei setzt die Gothaer auf qualitativ hochwertige persönliche Beratung der Kunden.

Kontaktpersonen



Martina Faßbender

Pressekontakt

Konzern Pressesprecherin, Leitung Unternehmenskommunikation

martina.fassbender@gothaer.de

+49 221 308-34531

+49 175 2285017



Martina Cohrs

Pressekontakt

Leitung Externe Kommunikation und Social Media

martina.cohrs@barmenia.de

+49 202 438-2834

+49 177 4025350



Marina Weise-Bonczech

Pressekontakt

Pressereferentin

Gesundheit und Corporate

marina.weise@barmenia.de

+49 202 438-2718

+49 160 96932975



Ulrich Otto

Pressekontakt

Referent für Konzern- und Gesundheitsthemen

ulrich.otto@gothaer.de

+49 221 308-34614



Ines Jochum

Pressekontakt

Referentin für Renten- und Lebensversicherung, Nachhaltigkeit

ines.jochum@gothaer.de

0221 308 34287



Jule Müller

Pressekontakt

Pressereferentin

Kompositversicherungen

jule.mueller@barmenia.de

+49 202 438-1932



Verena Wanner

Pressekontakt

Pressereferentin

Spenden und Sponsoring

verena.wanner@barmenia.de

0202 438-2010