



Pressemitteilung

Köln, 28. Februar 2018

AXA: Neue Werbekampagne für junge Leute startet am 1. März

- AXA startet eine neue integrierte Werbekampagne für junge Leute. Ziel ist es, Neukunden auf die Notwendigkeit einer Privathaftpflichtversicherung aufmerksam machen.
- Die Kampagne richtet sich besonders an 20- bis 39-Jährige. Während des Aktionszeitraums vom 1. März bis 30. September 2018 schenkt AXA allen Neukunden Google-Home-Mini beim Abschluss von zwei oder mehr Versicherungsverträgen.



Die AXA Kampagne lebt von der Idee, dass jeder Mensch eine Leidenschaft hat, der er von ganzem Herzen nachgeht. Die Botschaft lautet: „Im Falle eines Missgeschicks sind wir mit der Privathaftpflichtversicherung für dich da.“ Die Kreatividee: Eine WG aus drei jungen Männern und zwei Frauen. Jeder dieser Protagonisten hat seine eigene besondere Leidenschaft, durch die jedoch auch die unterschiedlichsten Unfälle passieren: Hannes der Heimwerker, der in der WG versucht alles zu reparieren, was kaputt geht. Leider funktioniert das bei der Waschmaschine nicht, sodass sie im Schleudergang ins Wohnzimmer wandert und den Fußboden der Mietwohnung damit zerstört. Daniel der Dino-Fan liebt alles, was mit Dinosauriern zu tun hat. Mit einem Dino aus Pappmaché auf dem Kopf stolpert er leider durch die Trennwand in das Zimmer seines Mitbewohners. Tina die Texterin legt das Handy nie aus der Hand. Bei einem Galeriebesuch stößt sie gegen ein Exponat und beschädigt es. Zum Glück kommt die Privathaftpflichtversicherung von AXA für die Schäden auf.

„In dieser Kampagne haben wir einen crossmedialen Kommunikationsansatz, den Verbraucher von einem Versicherer nicht erwarten. Wir holen Menschen dort ab, wo sie auch sonst kommunizieren – und wie sie kommunizieren: etwa was die Sprache oder auch den Gebrauch von Social Media angeht“, erklärt Kai Jablonka, Leiter Brand and Content im AXA Kundenmanagement. „Um mit dieser Kampagne sowohl die Markenbildung von AXA zu fördern, als auch die Neukundengewinnung voranzutreiben, gibt AXA einen besonderen Anreiz. Wer innerhalb des Aktionszeitraums zwei Versicherungen abschließt, bekommt von uns Google Home Mini geschenkt.“

Die Kampagne hat einen digitalen Fokus. Sie wird dort stattfinden, wo sich die Zielgruppe digital bewegt: vor allem auf YouTube, Instagram und Facebook. Zusätzlich zu einer Online-Kampagne werden die Spots aber auch im Kino- und Fernsehen ausgespielt. Auch die Vermittler können die Werbespots und Social Media Werbeformen einsetzen.

Ganz besonders Onlinewerbung spielt AXA auf verschiedenen Kanälen während des gesamten Aktionszeitraums, etwa auf YouTube, RTL.de und Auto Motor und Sport. Im März, Mai, Juli, August und September geben die Protagonisten auf Facebook und Instagram Einblicke in ihr WG-Leben.

Im TV werden im März, Mai, Juli und September die drei unterschiedlichen Spots von jeweils 20 Sekunden auf Sendern wie Pro Sieben, RTL und Pay-TV zu sehen sein. Die Kinowerbung wird im März und Juni in allen großen Kinos in Deutschland ausgestrahlt, in der AXA die fünf Protagonisten aus der WG vorstellt.

Jeder Spot, egal ob auf Social Media, im Fernsehen oder Kino soll der Zielgruppe anhand von Unfällen und Missgeschicken, die jederzeit passieren können zeigen, wo die Privathaftpflichtversicherung und AXA überall für sie da sind.



Weitere Informationen auf <https://www.axa.de/teilnahmebedingungen-kampagne-2018>

AXA in Deutschland

Der AXA Konzern zählt mit Beitragseinnahmen von 10,7 Mrd. Euro (2016) und 9.217 Mitarbeitern zu den führenden Versicherungs- und Finanzdienstleistungsgruppen in Deutschland. Das Unternehmen bietet ganzheitliche Lösungen in den Bereichen private und betriebliche Vorsorge, Krankenversicherungen, Schaden- und Unfallversicherungen sowie Vermögensmanagement an. Alles Denken und Handeln des Unternehmens geht vom Kunden und seinen Bedürfnissen aus. Die AXA Deutschland ist Teil der AXA Gruppe, einem der weltweit führenden Versicherungsunternehmen und Vermögensmanager mit 166.000 Mitarbeitern und Vermittlern sowie 107 Millionen Kunden in 64 Ländern. Im Geschäftsjahr 2016 erzielte die AXA Gruppe einen Umsatz von 100,2 Mrd. Euro und ein operatives Ergebnis (Underlying Earnings) von 5,7 Mrd. Euro nach Steuern. Das verwaltete Vermögen (Assets under Management) der AXA Gruppe hatte Ende 2016 ein Volumen von 1,43 Billionen Euro.

Weitere Informationen für die Presse:

Sabine FRIEDRICH
Tel.: 0 22 1 / 1 48 – 3 13 74
E-Mail: sabine.friedrich@axa.de

Weitere Informationen für Kunden:

AXA Customer Care GmbH
Tel.: 0221 / 148 – 4 10 01
E-Mail: service@axa.de

