

DIVERSITY MARKETING

Aus: Diversity Newsletter 67 - Sommer 2011

Top: Tradition neu definiert – Direktversicherer Asstel (Gothaer)

Bunt und ein bisschen retro, dazu auch noch etwas provokativ. Ausgerechnet der angestaubte Versicherungskonzern „Gothaer“ – die mit dem Frakturschrift-Logo – schafft mit seinem Direktversicherer Asstel das, was viele in der Assekuranzbranche wollen: Zeitgemäßes Auftreten und eine glaubwürdige Ansprache des zunehmend vielfältigen Marktes. Ein Lieblingsthema deutscher Werbung frischt der Schutzanbieter mit gekonnter optischer Dissonanz auf: Während der Text ganz bieder den „Schutz meiner Familie“ mit dem Attribut „konservativ“ kombiniert, zeigt die Bildsprache zwei Männer und zwei Hunde. Die kleine Portion Klischeehaftigkeit der höchstwahrscheinlich homosexuellen Protagonisten – inklusive der „schwulen Hunderassen“ – ist gerade noch erträglich und wird durch den Verzicht auf anbietende Vertraulichkeiten mehr als wettgemacht. Statt dessen überzeugt die Selbstverständlichkeit, mit der konservativer Familienschutz mit neuen Lebensformen verknüpft wird. Dazu gehört auch die Nutzung neuer Medien, denn ein Blog flankierend den Dialog von Mitarbeitern und Kunden. Insgesamt eine massentaugliche Kampagne, die zur neuen Normalität in der Gesellschaft passt.



WENN ES UM DEN SCHUTZ MEINER FAMILIE GEHT, BIN ICH SEHR KONSERVATIV.

schon ab 5,-€ pro Monat*

SO WILL ICH VERSICHERT SEIN.

So geht Sicherheit für Ihre Familie heute: die Risiko-Lebensversicherung von Asstel. Transparent, fair und mit bis zu 75% Gesundheitsbonus. Eine Versicherungskategorie von 150.000,- € kostet Sie gerade mal 5,- €/Monat! Jetzt abschließen: www.asstel.de 0221 9 977 675.

Offizielles Versicherungsunternehmen
LEBENSVERSICHERUNG
POLICE
VERSICHERUNGSGESellschaft
ASSTEL

asstel
Direktversicherer der Gothaer