



HAMBURG | BERLIN | KÖLN | MÜNCHEN | STUTTGART | FRANKFURT | WIEN | NEW YORK

Pressemeldung

WGV: Preis und Leistung künftig in der Hauptrolle

Die Hirschen unterstützen die WGV Versicherung bei ihrer Neupositionierung

Stuttgart, 03. April 2019: Die Württembergische Gemeinde-Versicherung (WGV) positioniert sich neu und setzt im umkämpften Versicherungsmarkt auf das gute Preis-Leistungs-Verhältnis als Markenkern.

Die Positionierung wurde gemeinsam mit der neuen Lead-Agentur Zum goldenen Hirschen erarbeitet, geschärft und jetzt zum Kampagnenstart kreativ umgesetzt. Die langfristig angelegte Zusammenarbeit resultiert aus einem im Sommer 2018 gestarteten mehrstufigen Pitch, den die Hirschen für sich entscheiden konnten.

Hintergrund der Neupositionierung und der daraus abgeleiteten Marketingstrategie ist die klare Zielsetzung der WGV, als Marktführer Preis-Leistung wahrgenommen zu werden. Dazu gehört ein druckvoller Aufbau der Markenbekanntheit auch außerhalb des Kerngebietes Württemberg und eine klare Fokussierung in der werblichen Kommunikation auf endkundenrelevante Versicherungsprodukte, deren Gemeinsamkeit und Stärke ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis ist.

Zum Start der Kampagne erzählen „Die mit dem guten Preis-Leistungs-Verhältnis“, warum eine gute Versicherung eben nicht nur günstig, sondern auch die entsprechenden Leistungen bieten muss: Ein von den Flammen der Leidenschaft überraschter Gigolo, ein tosender Schneesturm, eine riesige Planierwalze... In den Filmen des Versicherers bieten Zum goldenen Hirschen und Markenfilm Crossing Berlin Einiges auf.

„Das Verhältnis von Preis und Leistung ist das zentrale Thema bei der Wahl der Versicherung und die größte Stärke der WGV. Die WGV wird in unabhängigen Testberichten regelmäßig für ihr herausragendes Preis-Leistungs-Verhältnis ausgezeichnet. Konsequenterweise ist das auch der Kern unserer Kampagne“, so Dr. Frank Welfens, der fürs Marketing verantwortliche WGV Vorstand.

„Preis und Leistung mag naheliegend klingen, bildet aber genau die Bedürfnisse unserer Zielgruppen ab. Wir haben dabei preisbewusste Kunden im Blick, die bei Versicherungen großen Wert auf gute Leistung legen und gleichzeitig alles damit Verbundene unkompliziert und schnell erledigen wollen“, ergänzt Winfried Keller, Leiter Marketing- und Unternehmenskommunikation.

ZUM GOLDENEN HIRSCHEN Stuttgart GmbH

Theodor-Heuss-Straße 10 | 70174 Stuttgart | Tel +49 7 11 88 88 86-0 | Fax +49 7 11 88 88 86-66 | hirschen.de

Commerzbank | IBAN DE32 2004 0000 0630 5510 00 | BIC COBADEFFXXX

Unicredit Bank AG | IBAN DE47 2003 0000 0010 1891 26 | BIC HYVEDEMM300

Geschäftsführer: Henrik Bunzendahl, Wolfgang Voggel | Stuttgart HRB 744395 | USt.-ID DE 815 135 416



HAMBURG | BERLIN | KÖLN | MÜNCHEN | STUTTGART | FRANKFURT | WIEN | NEW YORK

Aus diesem Grund wurde die Neupositionierung auch durch diverse qualitative und quantitative Methoden der Marktforschung und den daraus abgeleiteten Insights gestützt.

„Wir setzen mit der neuen Marktkommunikation bewusst auf Direktheit und Lautstärke und haben das, worauf es dem Kunden ankommt – nämlich Preis und Leistung – nicht nur als Produktfeature benannt, sondern in den Mittelpunkt unserer Maßnahmen gestellt: Preis und Leistung erwachen zum Leben und führen lässig und kompetent durch den Versicherungsdschungel“ ergänzt, Wolfgang Voggel, Geschäftsführer bei Zum goldenen Hirschen Stuttgart.

Die Media-Strategie kommt von mmb Media aus Stuttgart. In über 100 Einzelformaten fokussiert sich die Kampagne auf digitale Kanäle und Außenwerbung für den Aufbau der Markenbekanntheit.

Zum goldenen Hirschen Stuttgart

Kreation: Wolfgang Voggel, Benjamin Huber, Roland Welker, Stefan Stahlbaum

Strategie & Beratung: Henrik Bunzendahl, Nils Hekeler, Corinna Kugler

WGV Württembergische Gemeinde-Versicherung

Dr. Frank Welfens, Winfried Keller, Rene Michalak, Mathias Hübner, Christina Muschong

Produktion

Markenfilm Crossing Berlin GmbH

Executive Producer: Robert Tewes

Producer: Laura Fleck

Regie: Benjamin Brettschneider

Fotograf: Andreas Andé

Kamera: Ekkehart Pollack

Darsteller Preis & Leistung

Florian Fitz

Max von Pufendorf

Color Grading: nhb studios Berlin GmbH

Postproduktion: INFECTED GmbH

Musik / Sounddesign: ginger.berlin GmbH



HAMBURG | BERLIN | KÖLN | MÜNCHEN | STUTTGART | FRANKFURT | WIEN | NEW YORK

Zum goldenen Hirschen gehört laut Umfragen des Handelsblatts unter Marketingentscheidern zu den drei besten und kreativsten Kommunikationsagenturen Deutschlands. Seit ihrer Gründung 1995 sorgt die Agentur mit spektakulären und wirksamen Kampagnen und Kommunikationslösungen für Aufsehen. Integrierte Teams aus Strategie-, Werbe-, PR-, Content-, Event-, Social Media- und Digital-Experten decken das gesamte Feld der Kommunikation ab und entwickeln zielgenaue kreative Lösungen von hoher Relevanz und Wirksamkeit. Das Spektrum der über 60 Kunden reicht von Konsumgüterherstellern wie Ferrero (u.a. nutella, Kinder-Überraschung, duplo) und Pernod Ricard (alle Marken) über Finanzdienstleister wie die Hamburger Sparkasse, Versicherungsunternehmen wie die AOK Baden-Württemberg, die Provinzial Rheinland oder Hanse Merkur, große Handelsketten wie MediaMarkt, OBI und C&A, Tourismuskunden wie Südtirol Marketing und Premier Inn Hotels bis hin zu institutionellen Kunden wie Presse- und Informationsamt der Bundesregierung und Bundesministerium für Wirtschaft und Energie.

Weitere Informationen

Zum goldenen Hirschen

Sonja Schaub, Leiterin Unternehmenskommunikation

An der Alster 85

20099 Hamburg

t +49 (0)40 284 55 – 107

m +49 (0)170-7636 595

schaub@hirschen.de