



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

Pressemeldung

Hand in Hand geht's weiter

Zum goldenen Hirschen präsentiert die neue 360° Kampagne für die HanseMerkur

Hamburg, 26. Februar 2019. Zum goldenen Hirschen und die HanseMerkur Versicherungsgruppe führen ihre erfolgreiche Zusammenarbeit fort: Nach der 2015 etablierten Imagekampagne in dem der Leitgedanke „Hand in Hand ist HanseMerkur“ einem breiten Publikum kommuniziert wurde, belegt die aktuelle Kommunikation wie dieser Leitgedanke durch die ausgezeichneten Produkte und innovativen Services des Versicherungspartners gelebt wird.

Die Kernidee: In der Kampagne wird die Kausalkette zwischen der Problemstellung, der Leistung der HanseMerkur und ihrem Mehrwert für den Kunden dargestellt. Visualisiert wird das Ganze über gezeichnete Kreise, die miteinander verbunden sind.

Henrik Stefani, Creative Director bei Zum goldenen Hirschen: „Wir haben einen modernen, ungewöhnlichen Look entwickelt, mit klaren Botschaften. Dabei befindet sich die HanseMerkur immer im Dialog mit dem Kunden. Wir holen die Menschen bei ihren Bedürfnissen ab und geben eine direkte Antwort.“

Ob Unfall-, Zahnzusatz- oder private Krankenversicherung – Situationen aus dem Leben der Menschen zeigen die HanseMerkur als verlässlichen Partner, der seinen Kunden bei einem Problem sofort die Hand reicht und die passende Lösung bietet.

„In der neuen Kampagne schauen wir ganz genau hin und denken weiter. Nur so können wir perfekt auf die Menschen eingehen und belegen damit ganz konkret den Leitgedanken „Hand in Hand“, so Jens Portmann, Geschäftsführer Beratung bei Zum goldenen Hirschen.

„Hand in Hand ist HanseMerkur“ ist seit 2015 die Leitbotschaft der HanseMerkur, die nicht nur in der Kommunikation eingesetzt, sondern auch als Haltung im Unternehmen gelebt wird.

Eric Bussert, Vorstand Vertrieb und Marketing der HanseMerkur Krankenversicherung AG: „Mit dieser Kampagne, die auch unser neues Corporate Design einem breiten Publikum vorstellt, gehen wir noch stärker auf die Bedürfnisse der Kunden und den Mehrwert ein, die unserer Produkte und Services bieten. Daher werden wir auch einen breiteren Mediamix als in der Vergangenheit einsetzen.“

Die Kampagne ist seit Anfang Februar mit mehreren TV-Spots on air. Es folgen weitere Maßnahmen wie Online-Werbemittel, Print, OOH, Social Media sowie die Präsenz auf Messen und Events.

ZUM GOLDENEN HIRSCHEN Dammtor GmbH

Dammtorwall 7a | 20354 Hamburg | Tel +49 40 2 84 55-170 | Fax +49 40 2 84 55-460 | hirschen.de

Commerzbank | IBAN DE66 2004 0000 0630 6567 00 | BIC COBADEFFXXX

Hamburger Sparkasse AG | IBAN DE91 2005 0550 1001 2140 61 | BIC HASPDEHHXXX

Geschäftsführer: Jens Portmann, Axel Zimny | Hamburg HRB 59834 | USt.-ID DE 181 937 127



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

Zum goldenen Hirschen Hamburg Dammtorwall

Jens Portmann, Geschäftsführer Beratung
Axel Zimny, Geschäftsführer Kreation
Henrik Stefani, Creative Director
Holger Pfeifer, Creative Director
Annika Loizou, Etat Direktion
Sonny Müller, Senior Text
Anne Harders, Senior Art
Melanie Hendtke, Beratung
Kai Jonas Jüttner, Junior Art Direction
Alexandra Schröer, FFF
Cora Pulow, Art Buying

Fotograf: Johannes Knuth
Produktion Bewegtbild: SoupFilm
Regisseur: Stephan Hadjam

HanseMerkur

Eric Bussert, Vorstand Vertrieb und Marketing

Zum goldenen Hirschen gehört laut Umfragen des Handelsblatt unter Marketingentscheidern zu den drei besten und kreativsten Kommunikationsagenturen Deutschlands. Aktuell betreuen über 300 Mitarbeiter an den Standorten Berlin, Hamburg, Köln, München, Stuttgart, Frankfurt und Wien ein Etatvolumen von über 150 Mio. Euro. Seit der Gründung in 1995 sorgt die Agentur mit spektakulären und wirksamen Kampagnen für Aufsehen. Integrierte Campaigning-Teams aus Strategie-, Werbe-, PR- und Digital-Experten decken das gesamte Feld der Kommunikation ab und entwickeln zielgenaue, kreative und bisweilen disruptive Lösungen von hoher Relevanz und Wirksamkeit. Das Spektrum der 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 Hotel, das Immobilienprojekt THE CIRCLE am Flughafen Zürich bis hin zu institutionellen Kunden wie dem Presse- und Informationsamt der Bundesregierung und dem 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