

Frisch gewechselt:

Freunde des Hauses tritt mit der HUK-COBURG KfZ-Versicherung aufs Gaspedal

Hamburg, 08. Januar 2020. Das Team rund um Anja Schüling, Leitung Strategie, Christian Classen, Leitung Beratung und Jan-Christopher Illmer, CD Text bei Freunde des Hauses, überzeugte in einem intensiven, mehrstufigen Pitch. Ab Februar wird es mit dem Start der Frühjahrskampagne einen ersten Eindruck der künftigen Zusammenarbeit geben.

Mit über 12 Millionen Kunden ist die HUK-COBURG der größten Autoversicherer Deutschlands. Wiederholt wurden sie für ihren hervorragenden Service ausgezeichnet. „Es ist uns eine riesige Freude, für diese sehr gut aufgestellte Traditionsmarke tätig sein zu dürfen“, so Christian Classen. „Wir sind mit einem kleinen starken Team angetreten, das schon im Pitchprozess von der vertrauensvollen und engen Zusammenarbeit mit dem Kundenteam begeistert war, die sich auch nach dem Pitch nahtlos fortgesetzt hat.“

Die Freunde gestalten die Dachmarkenkommunikation für die HUK-COBURG KfZ-Versicherung neu. Im Zuge dieser breiten Markenkommunikation spielen neben den klassischen Kanälen und TV künftig vor allem auch digitale Kanäle eine größere Rolle als bisher.

Jörg Quehl, CMO der HUK-COBURG: „Das von Freunde des Hauses vorgestellte Konzept kommuniziert die zentralen Nutzenversprechen der Marke auf eine prägnante und gleichzeitig unterhaltsame Art und Weise. Darüber hinaus ist der modulare Aufbau schnell anpassbar und für jeden Kanal individualisierbar. So können wir die Marken- und Produktbotschaften flexibel und passgenau über unsere zahlreichen Touchpoints ausspielen. Bei unserer breiten Zielgruppe sind diese vielfältigen Berührungspunkte mit der Marke ein entscheidender Aspekt.“ Anja Schüling ergänzt: „Eine KfZ-Versicherung ist für die meisten Menschen ein notwendiges Übel, eine Absicherung für den Ernstfall, an den man ungern denkt. Wichtig war es daher, überraschend und unterhaltsam zu sein, Nähe zu den Menschen aufzubauen und so relevant zu werden.“ Die kreative Idee wird auch weiterhin bewährte Symbole wie z.B. das HUK-Schild einbinden und modern inszenieren.

Genauer ist dann ab Mitte Februar beim Start der Frühjahrskampagne zu sehen.

Agentur: **Freunde des Hauses GmbH**
Anja Schüling, Leitung Strategie
Carina Rodekohl, Junior Strategie
Nils Woelke, Senior AD
Levente Boda, AD
Franziska Faust, CD Art
Jan-Christopher Illmer, CD Text
Christian Classen, Leitung Beratung
Lina Radkau, Beratung

Kunde: **HUK-COBURG Haftpflicht-Unterstützungs-Kasse kraftfahrender
Beamter Deutschlands auf Gegenseitigkeit in Coburg
KFZ-Versicherung**

Jörg Quehl, CMO
Jana Meusel, Leiterin Marketing Kommunikation
Axel Müller, Markenstrategie und Kampagnenmanagement

Die Werbeagentur FREUNDEDESHAUSES ist keine Agentur für One-Night-Stands. Als echter Freund des Hauses (Unternehmens) genießt die Agentur das Vertrauen, tief in die Gedanken der Entscheider einzutauchen und so nachhaltig Großes zu bewegen und nachweislich etwas zu verändern. 2008 in Hamburg gegründet, arbeitet ein 45-köpfiges Team unter der Leitung der Geschäftsführer Annika Thiedke (Beratung), Thore Jung (Gründer und Gesellschafter) sowie Boris Schmarbeck (Kreation) für Kunden aus den Bereichen FMCG, Handel und Finanzen, unter anderen für Corny, Das Erste, Homann, HUK-Coburg, Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) und die Warsteiner Gruppe.

Sonja Schaub, Pressesprecherin
Lange Reihe 29
20099 Hamburg
t +49 (0)40 284 55 107
m +49 (0)170 636 595
schaub@freundedeshauses.eu