Überraschend und nahbar:

Freunde des Hauses und HUK-COBURG Kfz-Versicherung starten Frühjahrskampagne

Hamburg, 17. Februar 2020. Die HUK-COBURG, der größte Autoversicherer Deutschlands mit insgesamt 12 Millionen Kunden, tritt mit ihrer Frühjahrskampagne ordentlich aufs Gas. Das Konzept von Freunde des Hauses setzt dabei für die Marke auf neue Wege in Sachen Visualität, Plakativität und Inszenierung. Erst Ende letzten Jahres hatte die Hamburger Agentur in einem intensiven, mehrstufigen Pitch überzeugt.

Neben den klassischen Kanälen wie TV und Außenwerbung spielen vor allem auch digitale Kanäle eine große Rolle. Die Herausforderung lag dabei vor allem darin, die Ansprüche aller einzelnen Kanäle zu erfüllen, dabei aber sowohl die Kampagneninhalte als auch die Tonalität stringent beizubehalten und so den neuen Markenaustritt zu manifestieren.

Gemeinsam mit der HUK-COBURG haben die Freunde des Hauses die visuelle Ansprache deutlich modernisiert. Das bereits bekannte Testimonial Herr Möller kommt weiterhin zum Einsatz, bewegt sich aber nun in einer völlig neuen Bildwelt und interagiert mit thematisch passenden Illustrationen. Und auch das Key Visual der Marke, der HUK-Schild, hat weiter eine zentrale Rolle.

Levente Boda (Art Direction, Freunde des Hauses): "Versicherungen können schnell trocken und langweilig wirken. Wichtig war es uns daher, nicht nur die guten Leistungen und Services zu transportieren, sondern vor allem auch ungesehen plakativ und unterhaltsam zu sein. Der charmante Humor von Herrn Möller baut Nähe zu den Menschen auf und schafft so die nötige Relevanz."

Der neue modulare Kampagnenaufbau sorgt dabei für maximale Flexibilität. Die Marken- und Produktbotschaften sind individualisierbar und können passgenau für jeden Kanal ausgespielt werden.

Die Kampagne ist ab dem 17. Februar auf allen reichweitenstarken TV-Kanälen sowie online zu sehen.

FREUNDEDESHAUSES Werbeagentur GmbH // Lange Reihe 29 // 20099 Hamburg // Fon -49 40-284 08 95-0 Fax +49 40-284 08 95-99 // Geschäftsführung: Annika Thiedke, Boris Schmarbeck, Thore Jung // UST. Nr. DE 258/722/740 // FA Hamburg-Hansa/HR Hamburg B102905Commerzhank // IBAN:DE90200400000650865400 // BIC:COBADEFFXXX // HypoVereinsbank // IBAN:DE04200500000010189124 // BIC:HYVEDEMM500

www.freundedeshauses.eu

Freunde des Hauses GmbH Agentur:

> Anja Schüling, Leitung Strategie Carina Rodekohr, Junior Strategie

Nils Woelke, Senior AD Levente Boda, AD Franziksa 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 (o)40 284 55 107 m +49 (o)170 636 595 schaub@freundedeshauses.eu