neue leben Lebensversicherung AG
Studie „Vorsorgementalität der Deutschen“

Branche: Versicherungen
Zielgruppe: B2C
Projekt: Studie „Vorsorgementalität der Deutschen“

Die neue leben Lebensversicherung AG zeichnet sich durch Höchstleistungen für die Versicherten und branchenführend niedrige Verwaltungskosten aus. Seit Jahren verzeichnet die neue leben mit Sitz in Hamburg Wachstumsraten, die aus einer hohen Akzeptanz der Versicherungsprodukte bei Vermittlern und Kunden resultieren. Nicht zuletzt stützt sich dies auf die in Rankings und Ratings unter Beweis gestellte Leistungsstärke der Produkte.

ZIELSETZUNG

- Kompetenzdemonstration bei den Zielgruppen durch Lieferung von fachlichem Mehrwert in den Bereichen „Vorsorge“ und „Vorsorgementalität der Bundesbürger“
- Vertriebsunterstützung für die Vorsorgeprodukte durch faktenbasierte Argumente für den Filialvertrieb über Sparkassen

STRATEGIE

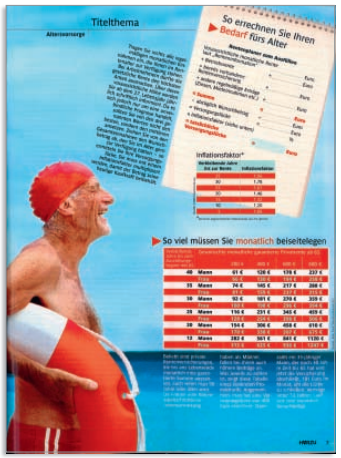
- Entwicklung eines Studienformates als Basis für fakten- und nutzwertorientierte Pressearbeit
- Anschließende Presseverwertung der Studie, die die (Fach-)Öffentlichkeit über die Verlagerung der sozialen Verantwortung in der Altersvorsorge bzw. über die Notwendigkeit einer privaten Altersvorsorge informiert

MASSNAHMEN

Erstellung der Studie „Vorsorgementalität der Deutschen“ in Kooperation mit dem Forschungszentrum Generationenverträge der Albert-Ludwigs-Universität Freiburg von Prof. Dr. Raffelhüschen im Auftrag der neue leben Lebensversicherung AG. Für die Untersuchung wurden repräsentativ mehr als 2.000 Personen telefonisch zu ihrer Altersvorsorge befragt. Das Resultat: eine umfassende Erhebung über die Vorsorgementalität der Bundesbürger.
Die wichtigsten Ergebnisse der Studie wurden im Rahmen eines Pressegesprächs vorgestellt. Außerdem wurden Presseinformationen und Fachartikel zu dem Thema publiziert. Die Zeitschrift Focus-Money hat eine sechsseitige Veröffentlichung zu dem Thema herausgebracht. Darüber hinaus wurde ein TV-Beitrag zu den Studienergebnissen für die interne Kommunikation produziert, und Prof. Dr. Raffelhüschen führte zahlreiche TV-Interviews mit Nennung von neue leben.

BILANZ

- Erfolgreiche Positionierung der neue leben Lebensversicherung AG als Experte im „Vorsorgeverhalten der Deutschen“
- Wirksame Unterstützung des Filialvertriebs von Sparkassen im Abverkauf von Altersvorsorge-Produkten



Quelle: Hörzu

Quelle: bank und markt

Quelle: Versicherungswirtschaft

Quelle: Focus Money

„Wer Vertriebstrends in der Versicherungswirtschaft aufspüren und mit validen Daten unterfüttern will, kommt an Faktenkontor nicht vorbei.“

Peter Lindemann, Chefredakteur FOCUS-MONEY-Versicherungsprofi

FAKTENKONTOR

Ansprechpartner Faktenkontor: Jörg Forthmann,
Tel.: 040 253185-111, E-Mail: Joerg.Forthmann@faktenkontor.de
www.faktenkontor.de