

VERANTWORTUNGSSTUDIE 2010 ALLIANZ DEUTSCHLAND AG

BEST PRACTICE



Branche: Versicherungen

Zielgruppe: B2B und B2C

Projekt: Allianz Verantwortungsstudie 2010. Demografie, Gesundheit, Klimawandel: wie viel Verantwortung die Deutschen wirklich übernehmen

Zielsetzung: Allianz Deutschland medial mit einem Oberthema, das gleichermaßen auf die Bereiche Sach-, Lebens- und Krankenversicherung einzahlt, positionieren.

Vorgehen: Entwicklung einer übergreifenden Studie, die der Allianz zur Themenführerschaft verhilft und eine Basis für den Diskurs mit relevanten Multiplikatoren liefert. Dabei soll die Versicherung insbesondere bei den Themen Demographie (Allianz Leben), Gesundheit (Allianz Kranken) und Klimawandel (Allianz Sach) stärker positioniert werden.

Maßnahmen: Als spartenübergreifendes Studienthema, das alle Allianz-Zielgruppen (Makler, Versicherte und Multiplikatoren) erreicht und einen wichtigen Beitrag zum gesellschaftlichen Diskurs leistet, wurde das Thema „Verantwortung“ identifiziert. Faktenkontor hat gemeinsam mit der Allianz Deutschland die „Verantwortungsstudie 2010“ entwickelt und durchgeführt. Dabei wurden insbesondere die drei Themenfelder Demografie, Gesundheit und Klima (Umwelt) abgefragt und aus unterschiedlichen Blickwinkeln beleuchtet. Basis war eine repräsentative Bevölkerungsumfrage unter 1.000 Bundesbürgern.

Bilanz: Allianz Deutschland erzielte eine große mediale Sichtbarkeit zu dem Themenkomplex Verantwortung. Die Studienergebnisse wurden von zahlreichen Fach- und Tagesmedien sowohl offline als auch online aufgegriffen.

