Etats und Kampagnen

Die **Arag Versicherung** hat gemeinsam mit ihrer Leitagentur Butter eine neue Markenkampagne gestartet, die den Zugang zum Recht ins Zentrum der Kommunikation stellt. Jeder Mensch hat

ein Recht auf Recht. Und jeder Mensch sollte eine faire Chance haben, es durchzusetzen, so die Botschaft der Kampagne. Passend dazu lautet der neue Claim „Das ist ihr Recht".

Herzstück der Kampagne ist ein 25-sekündiger Film, der die Vielfalt unserer Gesellschaft feiert und betont, wie wichtig Gerechtigkeit und Chancengleichheit vor dem Recht sind. Zeitgleich mit dem Hauptfilm sind zwei Produktfilme zu den Themen Arbeits- und Mietrechtsschutz on Air gegangen, die die Geschichten von zwei Protagonisten aus dem Hauptfilm, Frank und Betty, online weitererzählen. Die begleitenden Printmotive zeigen ebenfalls Frank und Betty und sorgen so für eine schnelle Wiedererkennbarkeit und höhere Identifikation. Weitere Werbemittel sollen folgen. Mit dem neuen Claim knüpft der Versicherer an einen ebenfalls von der Agentur Butter entwickelten Claim aus dem Jahr 2001 an. Damals hieß es „Das ist ihr gutes Recht."

Mit Beginn der neuen Saison hat **Bison**, die Krypto-App der Gruppe Börse Stuttgart, eine Partnerschaft mit dem Basketball-Bundesligisten Ratiopharm Ulm gestartet. Ziel ist es, die Marke Bison noch sichtbarer zu machen und eine digitalaffine Zielgruppe anzusprechen. Dies wird künftig möglich durch eine zentrale Platzierung von Bison auf dem Mittelkreis in der Ratiopharm Arena – bei nationalen wie internationalen Spielen. Neben weiteren digitalen TV-Flächen steht in der kommenden Saison vor allem die Präsenz auf den Social-Media-Kanälen des Basketball-Bundesligisten im Mittelpunkt.

Eintracht Frankfurt und die **Deutsche Börse AG** haben ihre seit 2017 bestehende Zusammenarbeit um ein Engagement im E-Sports-Bereich erweitert. Sowohl das Fifa- als auch das League-of-Legends-Team werden künftig das Logo der Deutschen Börse auf der Trikotbrust und der Trainingskleidung tragen. Die Deutsche Börse will so eine stark wachsende junge und technikaffine Zielgruppe erreichen. Das mache E-Sports für ein Technologieunternehmen in der Finanzbranche hochinteressant. Die Vereinbarung hat eine Laufzeit bis zum 30. Juni 2023.

Der FC St. Pauli und der digitale Versicherungsanbieter **helden.de** setzen ihre im Januar 2020 vereinbarte Partnerschaft auch in der Saison 2021/22 fort. Im Zentrum steht weiterhin die Unterstützung sozialer Projekte. So haben der Club und helden.de seit Anfang des Jahres gemeinsam 300 ausrangierte Laptops für Schüler gesammelt, die aufgrund fehlender Hardware nicht am Distanzunterricht teilnehmen konnten. Diese Aktion wird auch in der laufenden Saison weiter fortgeführt.

Die Krypto-Plattform **Coinbase** ist eine Partnerschaft mit der deutschen E-Sports-Organisation Berlin International Gaming (BIG) eingegangen. Neben digitalen Aktivierungen sind

Jubiläumskampagne für WGV

Zum 100-jährigen Bestehen des Unternehmens hat die WGV Versicherung eine noch bis zum Jahresende laufende Digitalkampagne gestartet. Ziel ist es Awareness zu schaffen, auf das gute Preis-Leistungsverhältnis aufmerksam zu machen und die kommunale Verbundenheit des Versicherers zu würdigen.

Die Stuttgarter Agentur Zum goldenen Hirschen, die für die Kampagne verantwortlich ist, hat neben einer Landingpage wgv.de/100 für die 100- Jahre Aktion ein Baukasten-System entwickelt, das von vielen kleinen Aktionen bis hin zum großen Gewinn reicht.

Unter dem Dach „100 Gründe zum Jubeln" laufen klassischer Radio-Content mit Sonderformaten und Engaging Content auf Social Media wie etwa zum Weltfahrradtag, Kindertag oder dem Tag der Zahngesundheit zusammen. Das Ehrenamt und das soziale Engagement der Versicherung fließt ebenfalls in die Kommunikation mit ein.

Dieser Artikel ist urheberrechtlich geschützt. Die rechtliche Freigabe ist für den Abonnenten oder Erwerber ausschließlich zur eigenen Verwendung.
Fritz Knapp Verlag GmbH

auch umfangreiche Community Events geplant. Gemeinsam wollen die Partner die Überschneidungen von Gaming und digitaler Finanzwelt verdeutlichen. Coinbase wird zukünftig als Premium-Partner des CS:GO-Teams von BIG agieren und erhält im Rahmen der Partnerschaft ein umfangreiches Brand- und Content-

Rechtepaket. Durch die Partnerschaft will Coinbase die Digital Natives besser erreichen und sie über Vorteile und Risiken von Kryptowährungen aufklären.

Die Arena von Hannover 96 wird zur kommenden Saison einen neuen Namen bekommen. Die **HDI Gruppe** hat die Namensrechte nicht verlängert und wird zum 30. Juni 2022 das Stadionsponsoring beenden. Den Namen HDI Arena trägt das Stadion des Fußball-Zweitligisten seit 2013.

Mastercard hat den norwegischen viermaligen Schachweltmeister Magnus Carlsen zum weltweiten Markenbotschafter ernannt und zugleich eine Partnerschaft mit der Meltwater Champions Chess Tour bekannt gegeben, einer Serie von Online-Schnellschachturnieren von November 2020 bis September 2021, die zum ersten Mal den besten Schachspieler der Welt online ermittelt. Zur Begründung heißt es von Master-

card, Schach habe innerhalb der vergangenen 18 Monate signifikant an Bedeutung gewonnen. Online-Turniere hätten seine Popularität enorm gesteigert. Im E-Sport engagiert sich Mastercard bereits seit 2018.

Dieser Artikel ist urheberrechtlich geschützt. Die rechtliche Freigabe ist für den Abonnenten oder Erwerber ausschließlich zur eigenen Verwendung.
Fritz Knapp Verlag GmbH