

BGV startet neue Werbekampagne

Motive und Claim betonen die regionale Verbundenheit, BGV-Logo geformt mit den Händen als unverwechselbares Markenzeichen, Verpackte Versicherungsobjekte verdeutlichen Rundumschutz. Die Versicherungsgruppe BGV / Badische Versicherungen startet im März eine neue crossmediale Werbekampagne.

- **Motive und Claim betonen die regionale Verbundenheit**
- **BGV-Logo geformt mit den Händen als unverwechselbares Markenzeichen**
- **Verpackte Versicherungsobjekte verdeutlichen Rundumschutz**

Die Versicherungsgruppe BGV / Badische Versicherungen startet im März eine neue crossmediale Werbekampagne. Mit hochwertigen Motiven prägt der BGV sein neues Erscheinungsbild und betont seine regionalen Wurzeln. Dabei wird auch erstmals der neue Claim „Meine Heimat. Mein Leben. Badisch gut versichert.“ kommuniziert. Entwickelt hat die neue Kampagne die Agentur KRAFT.JUNG.S aus Ettlingen.

„Im Zentrum steht unsere Verbundenheit mit Baden und den Menschen, die hier leben“, erklärt Heinz Ohnmacht, Vorstandsvorsitzender des BGV. „Für sie leisten wir unser Bestes und bieten perfekten Versicherungsschutz. Genau das vermittelt die Kampagne.“

Dazu arbeitet sie mit zwei unterschiedlichen Motivsträngen: Sieben regionale Imagemotive zeigen sympathische Markenbotschafter an den Standorten der BGV-Kundencenter in Mannheim, Heidelberg, Mosbach, Karlsruhe, Offenburg, Freiburg und Konstanz. Das unverwechselbare Key Visual bildet das BGV-Logo, das die Botschafter mit ihren Händen formen und das ein schützendes Dach symbolisiert. Diese Motive sprechen die Menschen in Baden direkt auf emotionale Weise an. Als Markenbotschafter konnte der BGV den Kapitän der Rhein-Neckar Löwen Uwe Gensheimer gewinnen, der insbesondere im Mannheimer Raum zu sehen ist.

Der zweite Motivstrang konzentriert sich auf die verschiedenen Versicherungsprodukte. Hier steht eine blaue Verpackung als Symbol für den Rundumschutz des BGV. Alles, was den Menschen lieb und teuer ist, was sie gut geschützt und sicher aufgehoben wissen möchten, findet sich in blauen Stoff gehüllt und mit orangenen Seilen verschnürt auf den Motiven. So werden auch abstrakte Versicherungsprodukte wie Haftpflicht oder Rechtsschutz sichtbar und greifbar. In allen Image- und Produktmotiven finden sich die Unternehmensfarben Blau, Orange und Grün, so dass die Bildwelt eine einheitliche Sprache spricht.

Neben den Motiven, die ab März auf City-Light Plakaten in ganz Baden zu sehen sind, wird es auch Online- und Social-Media-Aktionen, neue Radio- und Kinospots sowie Straßenbahnwerbung geben. Ein Imagefilm rundet die Maßnahmen ab. Auf Basis des Treatments und Storyboards von KRAFT.JUNG.S führte der Regisseur Jan Reiff die Botschaften der Kampagne unter dem Titel „Der Fluss des Lebens“ konsequent weiter: Er legt den Fokus auf die Region und auf die Menschen, für die der BGV als Versicherer da ist. Als Sprecher konnte der bekannte Schauspieler und Synchronsprecher Reiner Schöne gewonnen werden.

Die Agentur KRAFT.JUNG.S setzte sich in einem Screening und einem darauffolgenden Pitch gegen 20 Wettbewerber durch. „Wir haben eine unverwechselbare Kampagne kreiert, die den Markenkern emotional transportiert und die Menschen aus der Region anspricht“, so KRAFT.JUNG.S-Gründer und Geschäftsführer Siegmund Tittjung.

Motive und der Imagefilm stehen auf www.bgv.de/werbung zur Verfügung.

Pressekontakt:

Bettina Veit

Telefon: 0721 / 660 - 4610

Fax: 0721 / 660 - 194610

E-Mail: veil.bettina@bgv.de

Unternehmen:

BGV / Badische Versicherungen

- Unternehmenskommunikation -

Durlacher Allee 56

76131 Karlsruhe

E-Mail: presse@bgv.de

Internet: www.bgv.de

Über den BGV

Die Versicherungsgruppe BGV / Badische Versicherungen bietet umfassenden Versicherungsschutz für Privat- und Firmenkunden aus ganz Deutschland. Der 1923 gegründete Badische Gemeinde-Versicherungs-Verband (BGV) ist als Spezialversicherer für Kommunen Marktführer in Baden. Für Privat- und Firmenkunden bietet die Gruppe Sach-, Unfall-, Haftpflicht-, Kfz- und Rechtsschutzversicherungen sowie in Zusammenarbeit mit starken Kooperationspartnern auch individuelle Lösungen für die Bereiche Altersvorsorge, Finanzdienstleistung und Krankenversicherung an.

Das Unternehmen beschäftigt rund 700 Mitarbeiter und etwa 20 Auszubildende. Mit einem Beitragsvolumen von über 280 Mio. Euro und mehr als 1,5 Mio. Verträgen zählt der BGV zu den größten Versicherern in Baden. Zur Unternehmensgruppe gehören die Tochterunternehmen BGV-Versicherung AG, Badische Allgemeine Versicherung AG und Badische Rechtsschutzversicherung AG.

bgv