

Neue Markenaktivierung gestartet

Füreinander da - Claim wird (emotional) erlebbar

Zeitgleich mit dem Anpfiff des Bundesliga-Heimspiels von Borussia Dortmund gegen den 1. FC Köln am 18. März erfolgte auch bei SIGNAL IDUNA der Startschuss für eine neue Marketingkampagne. Der neue Markenclaim „füreinander da“ soll zukünftig noch stärker von der erfolgreichen Kooperation mit Borussia Dortmund profitieren.

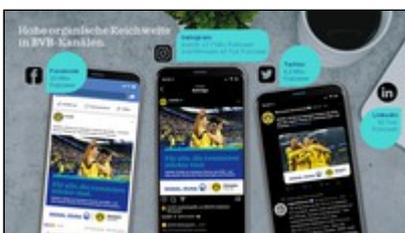
Starke Marken ergänzen sich. Das weiß auch Sponsoring-Manager Andreas Krunke (mabd-91620): „SIGNAL IDUNA und der BVB sind bereits seit über 40 Jahren als Partner füreinander da.“ Doch nicht nur dem BVB steht SIGNAL IDUNA zur Seite. Das zeigt auch der Slogan der neuen Kampagne: „SIGNAL IDUNA ist auch für Dich da – als Dein Partner für Versicherungen und Finanzen!“



„Wir wollen nicht nur die neu gestaltete Marke emotional erlebbar und unseren Markenclaim speziell bei jüngeren Zielgruppen bekannt machen, sondern auch die große Strahlkraft des BVB noch stärker für uns nutzen“, verdeutlicht Jan Pohlschmidt, Abteilungsleiter Strategisches Marketing (mabd-91620). SIGNAL IDUNA wird ein kanalübergreifendes Sponsoring etablieren und dieses breiter aufstellen. Neben den Bundesligaprofis rücken auch die BVB-Handballdamen und das BVB-eFootball-Team mehr in den Fokus. „Wir wollen stärkere Abstrahleffekte in Richtung Markenerleben, Markenclaim und vor allem Kerngeschäft erzielen. Wir möchten auch den persönlichen und digitalen Vertrieb unterstützen und gleichzeitig durch unvergessliche Hospitality-Angebote Vertriebsbeziehungen stärken“, erklärt Pohlschmidt.

Emotionen stärken, Bekanntheit ausbauen

Miriam Ziesak, Referentin Marktforschung (makum-91621), misst den Erfolg der Marketingmaßnahmen regelmäßig: „Wir stellen heute schon durch die BVB-Kooperation eine überdurchschnittlich starke emotionale Bindung mit unserer Marke fest. Werte wie Sympathie, Vertrauen und Loyalität sind besonders ausgeprägt. Das führt auch zu einer deutlich höheren Weiterempfehlungsbereitschaft in Bezug auf SIGNAL IDUNA unter den Fußballinteressierten. Nun wollen wir noch bekannter werden als passender Partner für Versicherungen und Finanzen.“



„Laut Allensbacher Markt- und Werbeanalyse sind 40 Prozent der Deutschen fußballinteressiert. Das ist eine sehr große und hochinteressante Zielgruppe für uns“, verdeutlicht Jan Pohlschmidt. Die neue Marketingkampagne mit dem BVB ist breit angelegt. „Wir haben die exklusive Möglichkeit, die hohe organische Reichweite der BVB-Kanäle zu nutzen und die rund 37 Millionen Follower auf den sozialen Plattformen mit starken Emotionen zu erreichen“, so Amelie Kimme, verantwortliche Mediaplanerin (mams-91622). „Herzstück unserer Kampagne ist ein für SIGNAL IDUNA intern und extern vielseitig nutzbarer Bewegtbild-Clip [https://s3.storage.system.local:10443/medien/u147313/230228_SI_heimatS|park_AK_Version_1_30Sek_16-9.mp4].“ Dabei profitiert SIGNAL IDUNA von den hohen Reichweiten der diversen BVB-Kanäle. Bei Facebook werden 15 Millionen, bei Instagram 17,7 Millionen, bei Twitter 4,3 Millionen und bei LinkedIn 56.000 Follower erreicht. Darüber

hinaus bespielt SIGNAL IDUNA mit gezielten Botschaften wie „Für alle, die gemeinsam mehr erreichen“ direkt die BVB-App mit zwei Millionen Nutzerinnen und Nutzern und die [neue Landingpage \[https://www.signal-iduna.de/sport/borussia-dortmund.php?utm_medium=print&utm_source=bvb-mitgliedermagazin&utm_campaign=sixbvb-2023&utm_content=anzeigen?utm_medium=print&utm_source=bvb-mitgliedermagazin&utm_campaign=sixbvb-2023&utm_content=anzeigen\]](https://www.signal-iduna.de/sport/borussia-dortmund.php?utm_medium=print&utm_source=bvb-mitgliedermagazin&utm_campaign=sixbvb-2023&utm_content=anzeigen?utm_medium=print&utm_source=bvb-mitgliedermagazin&utm_campaign=sixbvb-2023&utm_content=anzeigen). Im klassischen Printbereich erreicht SIGNAL IDUNA über das BVB-Mitgliedermagazin BORUSSIA rund 300.000 Leserinnen und Leser. Die Kampagne wird zudem über die SIGNAL IDUNA-Vertriebsplattform „SI.mpl“ verlängert. Außendienstpartnerinnen und -partner können mit den Kampagnenmotiven auf ihrer Website und auf den Social Media-Kanälen werben.

SIGNAL IDUNA eFootball Cup

Beim Thema eFootball – also Fußballspielen auf der Konsole – gilt seit Januar: SIGNAL IDUNA ist der neue Partner des offiziellen BVB-eFootball-Teams. Zu diesem Anlass initiierten beide Kooperationspartner einen eFootball-Cup. „Der Start unserer BVB-eFootball-Kooperation war richtig gut“, ist Jan Pohlschmidt beeindruckt: „An den ersten beiden Turnieren waren alle Teilnehmerplätze ausgeschöpft. Beide Online-Turniere erzielten bislang 800.000 Impressionen auf Social Media, 20.000 Live-Zuschauer auf den Plattformen Twitch und TikTok sowie Berichte in der Sportbild, auf Kicker.de und dem Online-Portal OneFootball. All dies zeugt von einem sehr guten Start für SIGNAL IDUNA als Versicherungspartner für die junge Zielgruppe.“



Auch Jörg Droste, Senior Manager Commercial Partnerships beim BVB, bestätigt den erfolgreichen Auftakt: „SIGNAL IDUNA wurde im Live-Stream durch den Moderator und auch den Gast BVB-Profi Felix Passlack immer wieder genannt und war damit nahezu omnipräsent. Über unseren Instagram-Kanal ‚BVB09‘ wird der SIGNAL IDUNA Cup gepostet und auch an den Bundesligaspieltagen zusätzlich beworben.“ Wie hoch das Thema gerade bei den Jüngsten im Kurs steht, verdeutlicht eine Erfahrung von Mirko Link, Tribe Lead Digitaler Vertrieb und Kundenmanagement (awdv-91200): „Nach einem Heimspiel lief BVB-Profi Mats Hummels an mir und meinem Sohn Noah vorbei. Ich war begeistert, aber Noah zeigte null Reaktion. Kurz danach sahen wir eFootball-Profi Erné. Die Aufregung bei Noah war unbeschreiblich – es ging dann um Fotos, Autogramme und für mich hochkomplexes Fifa 23-Fachgeplänkel.“ Im Rahmen des SIGNAL IDUNA eFootball Cup laufen seit Januar drei digitale Fanturniere mit Livestreams, Coachings und wachsender Fan-Community. Das Finale wird Ende April live im echten SIGNAL IDUNA PARK ausgespielt werden.

Am 2. April können auch Mitarbeitende sowie Außendienstpartnerinnen und -partner am FIFA-23-Turnier teilnehmen. Wer dabei sein möchte, kann sich [hier \[https://efootball.bvb.de/de/events?competitionTab=upcoming\]](https://efootball.bvb.de/de/events?competitionTab=upcoming) anmelden.

Aktuelle Artikel Rubrik Vorgestellt

20.03.2023

Neue Markenaktivierung gestartet

Der neue Markenclaim „füreinander da“ soll zukünftig noch stärker von der erfolgreichen Kooperation mit Borussia Dortmund profitieren.

mehr

06.03.2023