



Zurich Plakat an der Königsallee in Düsseldorf

01.08.2023 13:42 CEST

#JoyOfGettingOlder: Zurich startet Kampagne für Freude am Älterwerden

- **Neue Markenkampagne der Zurich Gruppe Deutschland rückt die Freude am Älterwerden über eine soziale Debatte in den Fokus**
- **Das Motto #JoyOfGettingOlder wird mit dem Markenclaim „Zukunft beginnt mit Zurich“ verknüpft**

Köln/Frankfurt a. M., 1. August 2023 – Die Zurich Gruppe Deutschland schärft zum 1. August 2023 ihren Markenauftritt. Unter dem Claim der bestehenden Marken-Plattform „Zukunft beginnt mit Zurich“ startet der Versicherer die

Kampagne [#JoyOfGettingOlder](#) – Freude am Älterwerden. Dabei greift Zurich das gesellschaftliche Thema Jugendwahn auf und inszeniert eine Debatte rund ums Älterwerden. Das Ziel: Mit Vorurteilen aufräumen und die Vorzüge des Älterwerdens aufzeigen. Mit einer breit angelegten Influencer Kampagne startet Zurich die Debatte ums Älterwerden unter anderem auf Instagram und TikTok. Großflächenplakate in vielen deutschen Großstädten sowie im Rahmen von Events wie dem CSD in Hamburg und beim Wacken Festival steigern die öffentliche Sichtbarkeit bis zum Ende des Jahres begleitet von weiteren Social-Media-Aktivitäten.

Mit Freude älter werden

Die Kampagne verläuft in zwei Phasen. In der ersten Phase ab 1. August möchte der Versicherer insbesondere in den sozialen Medien unter dem Hashtag #JoyOfGettingOlder eine Debatte übers Älterwerden auslösen. Dabei wird aufgezeigt, dass das Leben mit dem Alter nicht zwangsläufig weniger, sondern reicher werden kann. Die dahinterstehende Überzeugung des Versicherers: Jedes Jahr bringt mehr Erfahrung, mehr Freude, mehr Erinnerungen. Mehr Leben.

Mit Debatte Begeisterung entfachen

Influencerinnen und Influencer, z.B. Couple on Tour, Katja Burkhard und Philipp Stehler, aus verschiedenen popkulturellen Umfeldern wie Gaming, Mode, Nachhaltigkeit, Sport/Fitness, Diversität posten ihre besten Momente des Älterwerdens – manche lustig, manche ernster – und starten die Debatte. Mit knalligen, bunten Farben möchte Zurich die nötige Aufmerksamkeit für das gesellschaftlich relevante Thema erzeugen – abgerundet mit kurzen, humorvollen Überschriften. Das dahinterstehende Motiv: Älterwerden ist etwas Schönes.

Der Start der zweiten Kampagnenphase ist für Anfang September angesetzt. Hier wird auf die passenden Versicherungsprodukte für jede Lebenslage aufmerksam gemacht. Dahinter steht die Überzeugung, dass man entspannter in die Zukunft blicken kann, wenn man entsprechend gut abgesichert ist. Denn in jedem Alter und in jeder Lebensphase gibt es einen individuellen Absicherungsbedarf. Zurich schafft durch lebendige, situationsbezogene Headlines einen Bezug zu den Produkten und fokussiert sich insbesondere auf Biometrie-Produkte wie die Berufsunfähigkeitsversicherung, aber auch auf Altersvorsorge. Daneben werden weitere Sparten wie Haftpflicht, Unfall,

Kfz und Rechtsschutz ausgespielt.

„Im Rahmen unseres kanalübergreifenden Storytellings laden wir die Menschen zum Mitmachen ein. Wir bieten jedem die Möglichkeit, aktiv zu werden und Geschichten zu teilen, wie das Leben und die eigene Zukunft selbstbestimmt und positiv gestaltet werden. So machen wir aus einem Tabuthema eine Markenkampagne, die zum gesellschaftlichen Diskurs einlädt. Wir möchten die Wahrnehmung des Älterwerdens nachhaltig zum Positiven verändern. Und weiterhin beweisen: 'Zukunft beginnt mit Zurich', erklärt Nicola Schmitz, Abteilungsleiter Strategic Brand Marketing der Zurich Gruppe Deutschland.

Die Kampagne entstand in der Zusammenarbeit mit der Agentur heimat TBWA und Media Consult.

Die Zurich Gruppe in Deutschland gehört zur weltweit tätigen Zurich Insurance Group. Mit Beitragseinnahmen (2022) von rund 6 Milliarden EUR, Kapitalanlagen von mehr als 49 Milliarden EUR und rund 4.700 Mitarbeitern zählt Zurich zu den führenden Versicherungen in Deutschland.

Zurich bietet innovative, leistungsfähige und nachhaltige Lösungen und Services zu Versicherungen, Vorsorge und Risikomanagement aus einer Hand. Im Einklang mit dem Ziel „gemeinsam eine bessere Zukunft zu gestalten“, strebt Zurich danach, eines der verantwortungsbewusstesten und wirkungsvollsten Unternehmen der Welt zu sein.

Kontaktpersonen



Zurich Gruppe Deutschland

Pressekontakt

Unternehmenskommunikation

Kontakt für Journalisten

media@zurich.de

+49 (0)221 7715 8000



Bernd O. Engeli

Pressekontakt

Pressesprecher / Bereichsleitung

Politik & Unternehmenskommunikation

bernd.engeli@zurich.com

(0172) 8103858

+49 (0)172 810 38 58