



Allianz und Alsterspree beim BCM-Award

Platz 2 beim Best of Content Marketing Award

Berlin, 15.06.2018

Den zweiten Platz beim begehrten Best of Content Marketing (BCM) Award belegt in diesem Jahr Alsterspree. Die Content-Marketing-Spezialisten setzten gemeinsam mit der Allianz die innovative Videokampagne "Kai weiß Bescheid" um. Die kurzweiligen Videos waren die Antwort auf eine Herausforderung: Für das klassische Thema Biometrie galt es für Vermittler neue Aufmerksamkeit zu generieren. Der Protagonist Kai, ein Nerd vom Typ "bester Feind", trifft den Nerv der Zielgruppe, indem er selbstbewusst typische Kunden-Fehlannahmen vorbringt. Ein zweiter Protagonist sorgt professionell und humorvoll für Aufklärung.

"Mit der Figur des Nörglers Kai hat sich die Allianz für einen mutigen Ansatz jenseits der ausgetretenen Pfade entschieden. Das war Klasse und wir konnten die Vermittler sehr erfolgreich ansprechen, wie die Zahlen zeigen. Wir sind stolz und glücklich über die Auszeichnung", kommentiert der Geschäftsführer von Alsterspree, Philipp Siebert.

Das Ziel, die Marke Allianz im Markt für die Vermittlung biometrischer Versicherungen nach vorn zu bringen, wurde auf ganzer Linie erreicht: Nur 45.000 Personen zählt die sehr spitze Zielgruppe der Vermittler und Makler. Hier wurden mit insgesamt 25.000 Views für die beiden ersten Folgen der Videoserie die KPIs (Leistungskennzahlen) um das Fünffache übertroffen.

"Wir freuen uns, dass die 'Kai weiß Bescheid'-Kampagne nicht nur bei der Zielgruppe gezündet, sondern auch die Fachjury des Best of Content Marketing Award überzeugt hat", erklärt Michael Bastian, Leiter Maklervertrieb Leben/Kranken der Allianz. "Die Bewegtbild-Serie hat gezeigt, dass ein kreativer, frischer Ansatz auch in einem gesättigten, eng umkämpften Markt noch Aufmerksamkeit erreichen kann. Einen wesentlichen Anteil an diesem Erfolg hat zudem das effektive Ausspielen an die Spitze Zielgruppe der Finanz- und Versicherungsmakler."

Der BCM Award ist der größte Wettbewerb für Content Marketing in Europa. Über 781 Einreichungen lagen der Fachjury in diesem Jahr vor. Mit Bewerbern wie Jung von Matt für eine BMW-Kampagne oder Axel Springer Corporate für Lufthansa liest sich die Shortlist wie das Who-is-who der Branche. Organisiert wird der Contest vom Verband Content Marketing Forum (CMF).

Die Preisverleihung fand am 14. Juni 2018 in Wien statt, wo international führende Content Marketer wie Pam Didner und Lukas Kircher ebenso wie hochkarätige Marken von Audi bis Coop zum Kongress Best of Content Marketing zusammenkamen.

Pressekontakt

Alsterspree Verlag GmbH

Herr Philipp B. Siebert
Kurfürstendamm 173/174
10707 Berlin

alsterspree.de
p.siebert@alsterspree.de

Firmenkontakt

Alsterspree Verlag GmbH

Herr Marcel Berno
Kurfürstendamm 173/174
10707 Berlin

alsterspree.de
info@alsterspree.de

Alsterspree ist der führende Content-Marketing-Verlag für die Branchen Finanzen & Versicherungen. Seit über zehn Jahren bringen die kreativen Alsterspreeler namhafte Anbieter von Allianz bis Zurich mit ihren Kunden und Vermittlern erfolgreich zusammen. Auf der Basis reichweitenstarker Publikationen, Kampagnen und Plattformen wie procontra und profino kennt Alsterspree die Zielgruppen der Finanz- und Versicherungswirtschaft genau - und kann sie mit durchschlagender Wirkung adressieren.