

Zurich mit neuem Markenauftritt: Zukunft beginnt mit Zurich



Mit einem neuen Markenauftritt unterstreicht die Zurich Versicherung ihre Ambition, eines der nachhaltigsten und verantwortungsvollsten Unternehmen weltweit zu werden. Unter dem Claim „Zukunft beginnt mit Zurich“ bündelt die Zurich Gruppe Deutschland deshalb ab sofort alle kommunikativen Maßnahmen.

Mit einem neuen Markenauftritt unterstreicht die Zurich Versicherung ihre Ambition, eines der nachhaltigsten und verantwortungsvollsten Unternehmen weltweit zu werden. Unter dem Claim „Zukunft beginnt mit Zurich“ bündelt die Zurich Gruppe Deutschland deshalb ab sofort alle kommunikativen Maßnahmen, vom TV-Spot über Online-Videos, Out of Home Aktionen bis hin zu verschiedenen Brand Stunts. Die Kampagne stellt die Verantwortung für die gemeinsame Zukunft auf diesem Planeten ins Zentrum.

Damit macht die Zurich Versicherung ihre 2021 vorgestellte Nachhaltigkeitsstrategie nun auch im werblichen Umfeld deutlich. Ziel des Versicherers ist es, nicht nur als Unternehmen zur Reduzierung des 1,5 Grad Ziels beizutragen, sondern auch Kunden und Partner zu einem nachhaltigeren Verhalten anzuregen. Dies geschieht im Rahmen der ganzheitlichen Kampagne.



Nicola Schmitz

© Zurich

In einem kanalübergreifenden Storytelling positioniert sich der Versicherer mit seinen Zielen und konkreten Maßnahmen neu. Zurich strebt dabei nicht nur die Steigerung der Bekanntheit an, sondern vor allem, die Bereitschaft zu nachhaltigem Handeln zu steigern. Dazu verdeutlicht die Zurich Versicherung in verschiedenen Formaten, wie sie mehr Verantwortung für ihre Kunden und den Planeten übernehmen wird.

„Wir wollen unsere Kunden von heute und morgen für die Marke Zurich begeistern und sie mit unserer neuen, emotionalen Kampagne für unsere nachhaltigen Ziele gewinnen. Natürlich müssen wir sie auch gleichzeitig von unserem Leistungsversprechen und unseren zukunftsweisenden Produkten überzeugen. Der TV-Spot ist dabei ein wichtiger Bestandteil unseres neuen Markenauftritts, auf den wir sehr stolz sind und der uns wieder Sichtbarkeit in relevanten Medien bringen wird,“ erklärt Nicola Schmitz, Abteilungsleiter Strategic Brand Marketing der Zurich Gruppe Deutschland.

Am Sonntag, den 27. März, läuft zum ersten Mal der neue TV-Werbespot zur Prime Time. Bereits am Samstag, den 26. März, lädt Zurich an ihrem Direktionsstandort Köln zum Wiederverlieben in die City und CO2-Spartag ein. Dazu wird den ganzen Tag über die kostenlose Nutzung aller öffentlichen Verkehrsmittel im Kölner Stadtgebiet ermöglicht.