



Volksbanken  
Raiffeisenbanken

A composite image featuring a young man in the foreground looking directly at the camera, and an older man with a long grey beard wearing an orange baseball cap and a yellow letterman jacket holding a white skateboard behind his head.

Wie VORSORGE VERSTÄNDLICH  
in den Netzwerken viral gehen kann

Initiative Vorsorge #DUBLEIBSTDU

**Die Volks- und Raiffeisenbanken in  
Baden-Württemberg werden als DER  
Ansprechpartner und Spezialist für  
Vorsorge in der Region wahrgenommen.**

Vision

# Unsere Zielgruppe: Junge Erwachsene



# Das Herzstück der Initiative: Der Age-Filter

**Unser Age-Filter zeigt dir, wie du im Alter aussiehst. Aber du bestimmst wie dein Leben aussieht. Mit der richtigen Altersvorsorge bleibt dein Geld frisch, auch wenn du faltig bist.**

## Age-Filter

So alt bin ich mit 65 noch gar nicht!

Das zentrale Element der Initiative ist der **Age-Filter** und bildet die Basis für einen lockeren Einstieg in die Vorsorgeberatung. Der Kunde scannt einen QR-Code und gelangt direkt zum Age-Filter. Dort kann er sein Bild hochladen und sieht sich selbst als 65-Jähriger.

Was macht unseren Age-Filter so besonders?

- Er wurde in Deutschland DSGVO-konform entwickelt.
- Die Künstliche Intelligenz (KI) wurde speziell für die Volksbanken Raiffeisenbanken in Baden-Württemberg programmiert
- Die Server stehen in Deutschland.
- Es werden keine Bilddaten gespeichert.

DSGVO  
konforme  
Entwicklung in  
Deutschland



Probier's auf unserer Landingpage [vr.de/dubleibstdu](http://vr.de/dubleibstdu) aus und seh dich im Alter!



# Unser Konzept



Unsere Dachmarke der Initiative

# #DUBLEIBSTDU

Beim Älterwerden merkt man schnell: irgendwie ist man im inneren noch jung – genauso wie früher.  
Hat die gleichen Vorlieben, mag die gleichen Dinge und findet sich noch gar nicht so alt. Auf den Punkt gebracht:  
**Du bleibst du – egal wie alt du bist!**



# Die Keyvisuals



**Du bleibst du.  
Egal, wie alt du bist!**

**Morgen  
kann kommen.**

Wir machen den Weg frei.

Morgen machen, was du heute liebst.

Deine Falten können wir nicht glatt ziehen – deine Altersvorsorge schon. Lass uns gemeinsam deine finanzielle Absicherung auf den neuesten Stand bringen, damit du dir auch morgen noch deinen Lifestyle von heute leisten kannst. Wir machen Vorsorge verständlich, denn #DUBLEIBSTDU

Jetzt Termin für deine Zukunft vereinbaren.

Volksbanken  
Raiffeisenbanken

**Du bleibst du.  
Egal, wie alt du bist!**

**Morgen  
kann kommen.**

Wir machen den Weg frei.

Morgen machen, was du heute liebst.

Deine Falten können wir nicht glatt ziehen – deine Altersvorsorge schon. Lass uns gemeinsam deine finanzielle Absicherung auf den neuesten Stand bringen, damit du dir auch morgen noch deinen Lifestyle von heute leisten kannst. Wir machen Vorsorge verständlich, denn #DUBLEIBSTDU

Jetzt Termin für deine Zukunft vereinbaren.

Volksbanken  
Raiffeisenbanken



## Morgen machen, was du heute liebst.

Deine Falten können wir nicht glatt ziehen – deine Altersvorsorge schon. Lass uns gemeinsam deine finanzielle Absicherung auf den neuesten Stand bringen, damit du dir auch morgen noch deinen Lifestyle von heute leisten kannst. Wir machen Vorsorge verständlich, denn #DUBLEIBSTDU

Jetzt Termin für deine Zukunft vereinbaren.

Lifestyle von heute leisten kannst. Wir machen Vorsorge verständlich, denn #DUBLEIBSTDU

Jetzt Termin für deine Zukunft vereinbaren.



# Das Marketingpaket

## Werbemittel für Berater:

- Jutetaschen
- Kugelschreiber
- Sticker für Laptop
- Eye Catcher:  
Holzwürfel mit passender Karte  
für den Schreibtisch



## Weitere Werbemittel:

- Plakat, DIN A1/A2
- Anzeigen, DIN A4 hoch/quer
- Postkarten, DIN A6
- SB-Geräte/Geno-Infomonitor
- Social-Media-Paket
- #webBank
- Kundenanschreiben

Plakat und  
Anzeige über das  
WegFrei-Portal  
individualisierbar



## Image Ads



## Carousel Ads



## Carousel Ads





# Die Mediaplanung

**Ziel der Mediaplanung:  
Maximale Bekanntheit und Relevanz  
für das Thema Altersvorsorge in der  
Zielgruppe generieren.**

## Zentral gesteuerte Bausteine der Initiative

### Marke #DUBLEIBSTDU



Landingpage  
[vr.de/dubleibstdu](http://vr.de/dubleibstdu)



Age-Filter

### Paid Media

#### Social Media



Influencer  
Tim&Jani



Straßen-  
interviews  
in 2 Städten



Image und  
Carousel  
Ads

#### Außenwerbung



Postkarten in Bars,  
Restaurants und Kneipen

#### SEA

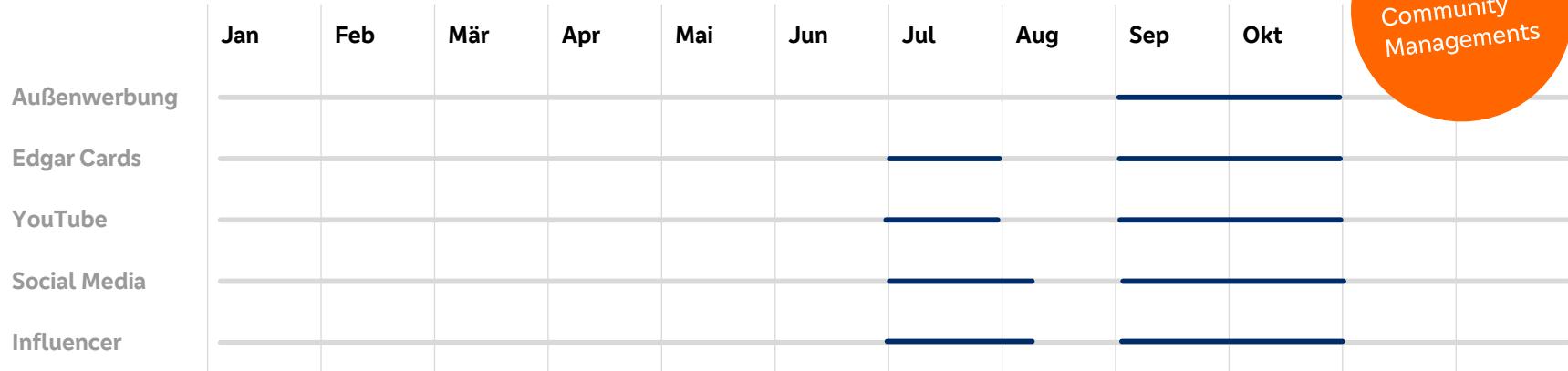


Google Demand Gen  
(u.a. YouTube)



Station Videos &  
Großflächenplakate

## Zeitplan



### Planwerte

- 73% Reichweite in der Zielgruppe
- 140k Klicks im gesamten Kampagnenzeitraum

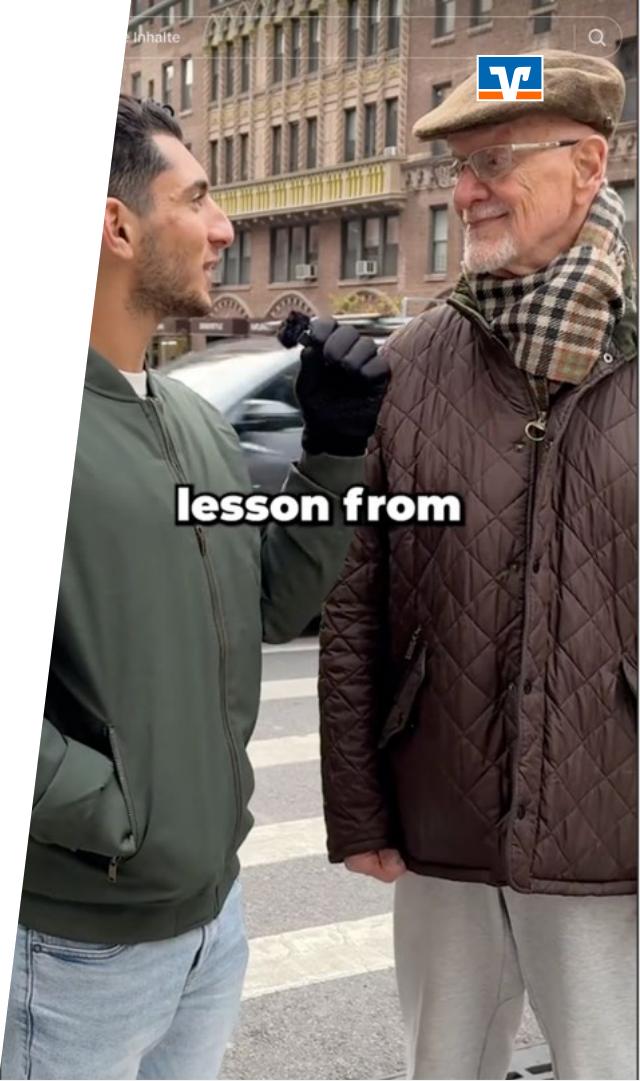
## Straßeninterviews

### Konzept

In einem unterhaltsamen Social Media Format bringen wir eine ältere Person (67+ Jahre) mit jungen Erwachsenen (ab 20 Jahren) zum **Thema Altersvorsorge** ins Gespräch.

Eine Person, die gerade in Rente gegangen ist, trifft auf Menschen, die erst am Anfang ihrer Beitragszahlungen stehen. In kurzen Gesprächen unterhalten sie sich humorvoll, aber immer ehrlich über Alter, Rente und Altersvorsorge.

Im Mittelpunkt der Interviews steht immer die Kernaussage unserer **Initiative #DUBLEIBSTDU**.



## Straßeninterviews



## Unsere Learnings: 1. Flight

### Facebook/Instagram

- Awareness: Straßeninterviews sehr erfolgreich.  
Durch diese erzielten wir über 2 Mio. Impressionen/Reichweite und konnten so der Zielgruppe an das Thema Altersvorsorge heranführen.
- Traffic: Image Ad „Aperol-Oma“ und Carousel Ad sorgen für herausragende Klickzahlen  
(Hinweis auf gezielte und ansprechende Nutzeransprache)
- Instagram sehr guter Kanal, um Traffic auf die Landingpage zu erzeugen

### TikTok

- Awareness: Erzielt sehr gute Ergebnisse und sorgt für starken Beitrag zur Markenbekanntheit
- Traffic: weniger geeignet und zu teuer

### Google Demand Gen

- Straßeninterviews & Image Ads mit sehr guten Ergebnissen
- Hohe Klickzahlen bei niedrigen Kosten pro Klick
- Vertikale Image Ads performen besonders gut mobil → hohe Effizienz

## Influencer „Tim&Jani“ - Vadda Vorsorge Konzept

Wir starten mit ihnen das Content-Format: die ♦ Vadda-Vorsorge ♦ , um das Mindset in der jungen Zielgruppe diesbezüglich zu verändern und die Volksbanken Raiffeisenbanken in Baden-Württemberg als Vorsorgepartner Nr. 1 zu positionieren.

In diesem Format geht Jan als Vater beispielsweise schon mal zum Ausmessen ins Altersheim.

Dabei beschwert er sich über die Leiden im Alter und die faule Gen Z – aber vor allem darüber, dass die jungen Leute und vor allem sein Sohn sich überhaupt nicht für Altersvorsorge interessieren.

Wir wollen Hürden abbauen und zeigen, dass Altersvorsorge keine Bauchschmerzen auslösen muss und es allgemein zugänglicher machen.  
Und das geht am besten? Korrekt, mit Humor!

POV: dein schwäbischer Vater  
ehrt jeden Cent...



## Influencer „Tim&Jani“ - Vadde Vorsorge



## Unsere Learnings: 1. Flight

### Key Facts

- Community wird mit jedem weiteren Video stärker mit den Volksbanken Raiffeisenbank und dem Thema Altersvorsorge vertraut.
- Watchtime liegt deutlich über dem Durchschnitt anderer Werbevideos.
- Kampagne kam bei der Community deutlich besser an als vergleichbare Kooperationen.

### Fazit

- Kreativer Freiraum ist wichtig.
- Thema der Kampagne passt perfekt: ein 10/10 Brand Fit.
- Die Inhalte sprechen sowohl Jung als auch Alt an.



# Der Vorsorgebotschafter



Werde selbst zum  
Vorsorgebotschafter.



# Zielsetzung

**Die Teilnehmenden für die Aufgaben als Vorsorgebotschafter\*innen fit machen und individuell in Szene setzen**

- Rollenklarheit:
  - Was sind meine Aufgaben?
  - Wie kann ich diese umsetzen?
- Contentproduktion
- Fit für die Kamera

# Vorsorge verständlich

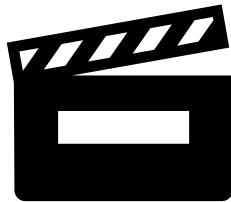
## Breiten Rollout

Beim Aufbau und der Ausbildung  
hauseigener Vorsorgebotschafter\*innen  
unterstützen wir gerne durch:

- 10 „Best Of“ Drehbücher
- Schulterblick der Produktionen
- Austausch mit den Pilotbanken
- Muster-Clips der Pilotbanken
- Corporate Influencer Recht Vorlagen:
  - Model Vertrag Mitarbeiter
  - Datenschutzhinweise
  - Ergänzungsvereinbarungen zu  
Arbeitsverträgen



# Beispielskripte der Pilotbanken



## Skript 1: „Du bist es wert!“

### Szene 1: Innenraum der Stadtbibliothek – an einem Tisch

Vorspann: Marcel wird abgedeckt, die Klappe fällt, aus dem Background ertönt „Und...Action“

Szenerie: Marcel sitzt mit Taschenrechner und Büchern da, er wirkt gestresst.

**Marcel** (völlig verzweifelt) "Ey Mann. Mathe bringt mich um! Wenn ich die Klausur verhau, war's das mit meiner Zukunft!"

Felix kommt dazu, in der einen Hand hält er ein Buch. Er bleibt stehen, blickt auffällig verwirrt in die Kamera, schaut auf seine andere Handfläche und liest stockend den dort stehenden Satz vor.)

**Felix** (schauspielert schlecht) "Deine Zukunft? Das hängt nicht von Mathe ab, sondern davon, ob du JETZT mit deiner Altersvorsorge anfängst."

Aus dem Background: „Cuuuuut.“

Andreea (Regiekleidung, Klemmbrett) kommt dazu:

**Andreea** „Felix, das klingt komplett steif. Bekommst du das nicht natürlicher hin?“

**Felix** (flüstert angespannt) „Natürlicher? Das klingt komplett gescriptet. Wer spricht so über Altersvorsorge?“

**Andreea:** „Wieso? Was würdest du denn sagen?“

## Schnitt. Szenenwechsel GenoHaus Studio

**Felix** (Blick direkt in die Kamera) „Rente gibt es für meine Generation nicht.“  
Hast du daran auch schon mal gedacht?

**Marcel** (anderer Winkel, blickt ebenfalls direkt in die Kamera) „Laut einer aktuellen INSA Studie ist jeder Fünfte der unter 40-jährigen überzeugt, mit ziemlicher Sicherheit keine gesetzliche Rente mehr zu erhalten.“

**Felix** „Und zwei Drittel von uns jungen Menschen sorgen sich vor Altersarmut.“

**Marcel** „Aber wieso wirken dann so wenige von uns mit einer privaten Altersvorsorge dagegen?“

**Felix** „Steigende Mieten, Gehalts-Einbußen in manchen Branchen oder die Inflation. Der innere Satz „Dafür habe ich kein Geld“ ist irgendwie verständlich – und gleichzeitig nicht ganz richtig.“

**Marcel** „Deswegen möchten wir dich dabei unterstützen, deinen persönlichen Weg im Bereich Altersvorsorge zu finden – und das ist bei uns schon ab 25,00 € monatlich möglich.“