



Volksbanken
Raiffeisenbanken



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.

Probier's auf unserer Landingpage vr.de/dubleibstdu aus und seh dich im Alter!

DSGVO
konforme
Entwicklung in
Deutschland



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

vr.de/dubleibstdu

**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**

vr.de/dubleibstdu

**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**

vr.de/dubleibstdu

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.

**Du bleibst
Egal, wie**

**Morgen
kann kommen**

Wir machen den Weg frei.

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

Jetzt Termin für deine Zukunft vereinbaren.

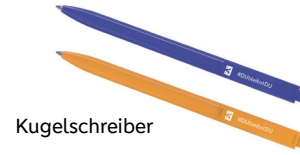
Volksbanken
Raiffeisenbanken



Das Marketingpaket

Werbemittel für Berater:

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



Kugelschreiber



Jutetaschen

Holzwürfel
mit Postkarte



Sticker



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



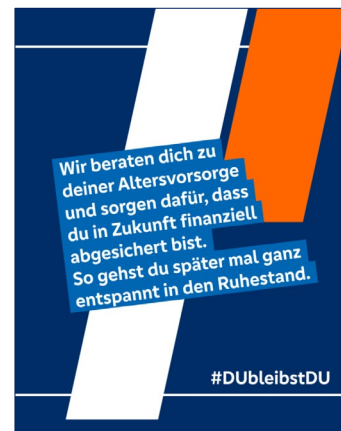
Image Ads



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



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

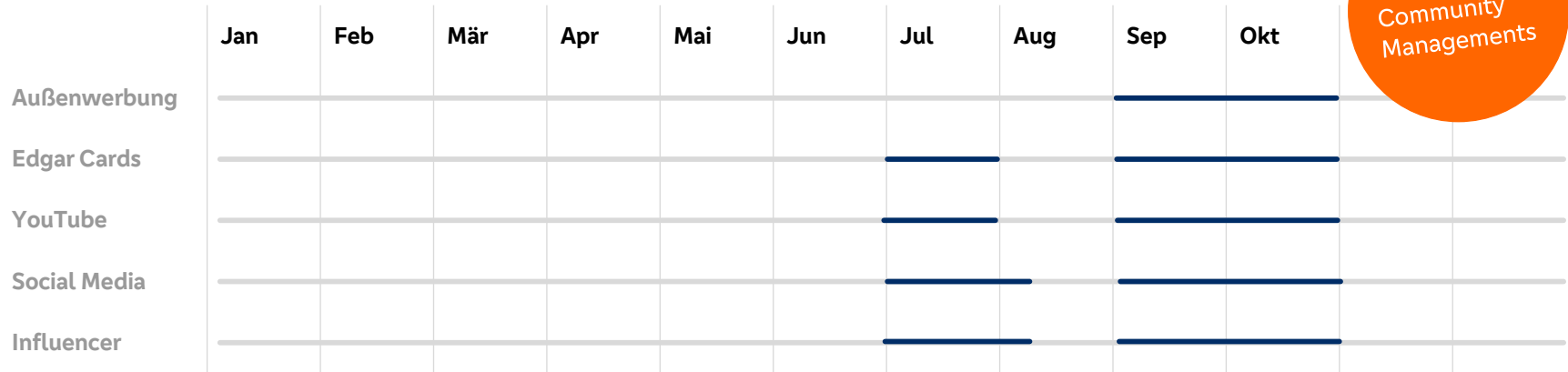


Google Demand Gen
 (u.a. YouTube)



Station Videos &
 Großflächenplakate

Zeitplan



Planwerte

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

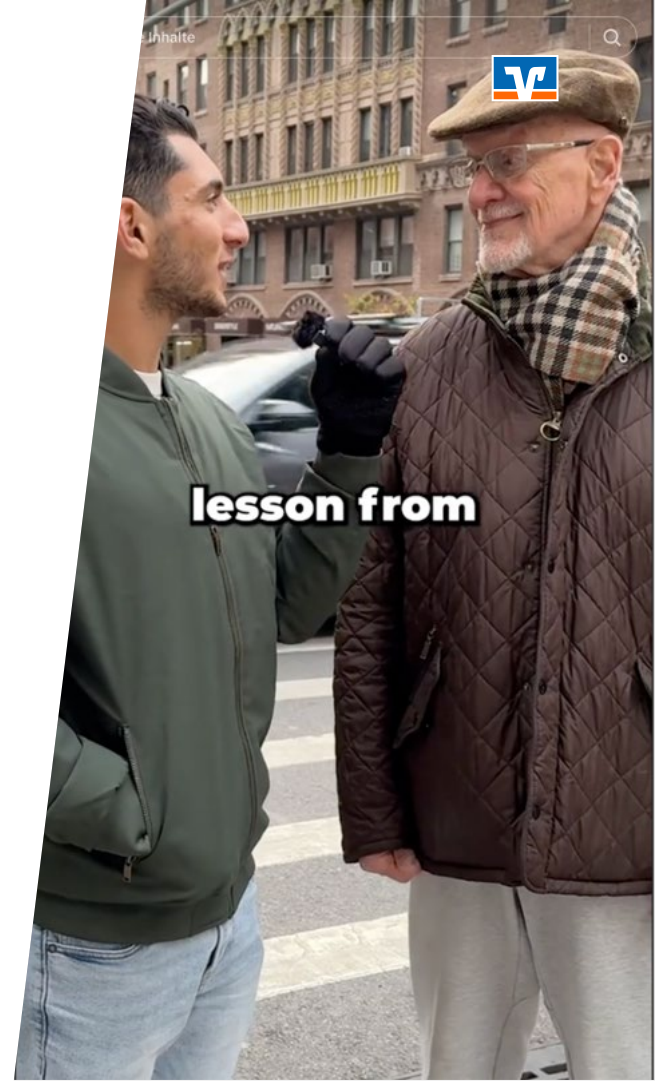
Straßeninterviews

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“ – Vadda 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

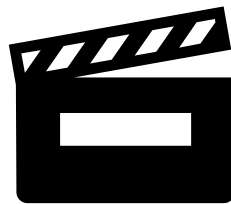
Breiten Rollout

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 abgedupelt, die Klappe fällt, aus dem Background ertönt „Und...Action“

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

Marcel (völlig verzweifelt) "Ey Mann. Mathe bringt mich um! Wenn ich die Klausur verhaue, 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 (schauspielerisch schlecht) "Deine Zukunft? Das hängt nicht von Mathe ab, sondern davon, ob du JETZT mit deiner Altersvorsorge anfängst."

Aus dem Background: „Cuuuuuut.“

Andreaa (Regiekleidung, Klemmbrett) kommt dazu:

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

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

Andreaa: „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.“