

## IDEAL VERSICHERUNG

# Die Sex-Provokation eines „Seniorenversicherers“

von: Martin Dowideit • Jens Hagen  
Datum: 12.05.2016 11:34 Uhr

Die Versicherungsbranche investiert Millionen, um ihren Ruf zu verbessern. Eine Gesellschaft verstößt nun gegen alle Regeln - und begründet das mit „geänderten Anforderungen des Marktes“.



### Screenshot des Werbespots

Bewusste Provokation auf der Suche nach neuen Versicherungskunden.

Was tun Versicherer nicht alles, um ihren Ruf zu verbessern. Der Branchenverband GDV beschäftigt eine eigene Redaktion, die aktuelle Themen im Sinne der Versicherer ins rechte Licht rücken soll. Der Verband der Vermittler und Makler (BVK) gründete nach zahlreichen Vertreter-Exzessen die Initiative „Ehrbarer Kaufmann“, der für tugendhaftes Handeln wirbt.

In all dieser heilen Versicherungswelt fallen Gesellschaften besonders auf, wenn sie mit ihrem Marketing einmal daneben liegen. So präsentierte die Ideal Versicherung ein Filmchen auf dem Video-Portal Youtube, das konservative Kunden wohl als anstößig empfinden könnten. Der Seniorenversicherer, der Sterbegeld- und Pflegepolicen anbietet zeigt ein Pärchen beim Liebesspiel.

## SCHUTZ FÜR BESONDERE LEBENSLAGEN

### Kita-Ausflugschutz

Wer Angst hat, dass dem Nachwuchs auf dem Wandertag etwas zustößt, kann ihn über diese Versicherung gegen Unfälle, die zu bleibenden Schäden oder dem Tod führen absichern. Eltern sollten sich jedoch genau anschauen, wohin der Ausflug führt: Ausgenommen sind laut Versicherungsbedingungen nämlich Unfälle bei der „Benutzung von Raumfahrzeugen“.

### Golferschutz

Diese Versicherung versichert den Golfer nicht nur gegen Unfälle und Beschädigungen der Ausrüstung, sondern auch gegen ein Hole-in-One. Wenn es dem Spieler gelingt, mit dem ersten Schlag den Ball ins Loch zu schießen, muss er traditionell eine Lokalrunde im Clubhaus ausgeben. Wer versichert ist, kann sich die Kosten für die Getränke erstatten lassen.

### Stadionschutz

Beim Fußball kann es nicht nur bei den Spielern zu Verletzungen kommen. Wenn der Ball ins Publikum fliegt oder die Fans der gegnerischen Mannschaft eine Niederlage nicht verkraften können, kann es auch für den Stadionbesucher gefährlich werden. Wer dagegen eine Versicherung abschließt muss allerdings auf ein Bier in der Halbzeitpause verzichten. Denn für Unfälle, die unter Alkoholeinfluss stattgefunden haben, haftet die Versicherung nicht.

---

#### Mietwagenschutz

---

Wer im Urlaub oder für den Umzug ein Auto mietet, weiß oft nicht, dass er im Falle eines Unfalls eine Selbstbeteiligung von bis zu tausend Euro zahlen muss. Der Mietwagenschutz kann einen dagegen absichern – allerdings gilt er nicht im Ausland.

---

#### Radtourschutz

---

Wer kurz vor der Radtour weiche Knie bekommt, weil er keine Unfallversicherung hat, der kann einen Radtourschutz abschließen. Damit der Radfahrer nicht nur bei Unfällen abgesichert, sondern bei Diebstahl von Fahrrad oder Reisegepäck.

---

Dabei lässt es die Ideal mächtig krachen. Als der Mann sein Geschlecht präsentiert, zeigt sich seine Partnerin offenbar enttäuscht. Sie holt daraufhin einen riesigen Dildo hervor, den der Mann lächelnd annimmt. Dann kommt der Werbeclaim: „Ideal Universal Life - passt immer“.

In einer Pressemitteilung erklärt Ideal-Chef Rainer Jacobus, dass der Versicherer, bei der Einführung eines neuen digitalen Produktes „auch in der Kommunikation neue Wege beschreiten,“ möchte. Social Media sei für die Ideal ein brandaktuelles Thema: „Wir wären nicht die Ideal und als kleiner Versicherer so erfolgreich, wenn wir nicht ständig innovativ und kreativ auf die geänderten Anforderungen des Marktes reagieren würden“, sagt Jacobus.

### Versicherungsbranche goes Sex? #PASSTIMMER – IDEAL U...



---

Youtube weist am Mittwoch mehr als 2800 Aufrufe auf. Positive und negative Bewertungen halten sich etwa die Waage. Ein Kommentator erklärt, die Ideal hätte „der Branche einen Bärendienst erwiesen“. Im Netz gibt es aber auch positive Reaktionen. Ein Axa-Berater aus Berlin schreibt über Twitter zu „unserem Kooperationspartner Ideal: „Na endlich mal eine Werbung, die man bis zum Ende schauen sollte“.

Der Versicherungsmakler Blau direkt hat den Werbespot auf seinem Youtube-Kanal bereits übernommen. Bei Facebook und in anderen sozialen Medien erntet der Spot Häme und Verärgerung.

Im Herbst hatte der Versicherer nach seinen Angaben alle Mitarbeiter aufgerufen, „kreative - gerne auch provokante - Ideen für einen Kurzfilm zu skizzieren“. Die Mitarbeiter lieferten auch eine Star-Wars-Parodie, Comic-Zeichnungen und ein Lied. „Der Nachwuchskader der Idea hatte die ehrenvolle, aber auch schwierige Aufgabe, die Siegeridee auszuwählen und umzusetzen“, erklärt die Sprecherin. Das Ergebnis sein ein „aufregender Kurzfilm“.

Auf der Facebook-Seite der Ideal regt sich derweil der Protest. Ein Kommentator erklärt: „Seit Jahren arbeiten wir gegen das Image an, das unserer Branche anhaftet. Im Jahr 2011 haben die Lustreisen der Ergo nach Bulgarien und Jamaika dieses Image leider wieder untermauert. Gerade verdaut, stellt die Ideal die Frau als notgeiles Lustobjekt“.

Die Antwort der Ideal: „zeitgenössische Clips unter Einbeziehung alltäglicher Themen haben nichts mit Lustreisen zu tun. Hiervon distanziert sich die Ideal sowie der Projekt- und Nachwuchskader vehement. Die Frau hat bewusst die starke Rolle in diesem Video bekommen. Es wird ein

alltägliches Problem behandelt, auf welches sie flexibel reagiert und ihre Zielstrebigkeit zu keiner Zeit aus den Augen verliert. Die Frau steht symbolisch für unsere Idee und Plattform Ideal UniversalLife. Genauso wie die IUL - passt sich jeder Lebenslage flexibel an. Schade, dass Ihnen unser Video nicht gefallen hat. Wir wünschen noch einen schönen Tag, das Ideal Facebook Team“.

---

© 2016 Handelsblatt GmbH - ein Unternehmen der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH & Co. KG  
Verzögerung der Kursdaten: Deutsche Börse 15 Min., Nasdaq und NYSE 20 Min. Keine Gewähr für die Richtigkeit der Angaben.