

Ideal wirbt mit Umschnall-Dildo



12.05.2016 – Über eine Minute zieht sich ein neuer Werbespot der Ideal. Mit nackter Haut, Kuss-Szenen und einem Umschnall-Dildo lockt der Berliner Senioren-Versicherer im Internet Kunden für seine Universal Life Police. Wie Sexspielzeuge sei das Produkt "unfassbar anpassbar", preist der Versicherer den Kurzfilm bei Youtube an.

Mit der Einführung des Versicherungskontos, "einem komplett digitalen Produkt, müssen wir auch in der Kommunikation neue Wege beschreiten," sagt Ideal-Chef **Rainer M. Jacobus**. "Social Media ist damit auch im Hause Ideal ein brandaktuelles Thema." Der Werbefilm für die

Kundenkommunikation ist aber vor allem wegen der Sex-Darstellungen ungewöhnlich, nicht nur im Versicherungsbereich. "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", betont Jacobus.

Versicherungsbranche goes Sex? #PASSTIMM...



Im Herbst vergangenen Jahres wurden alle Mitarbeiter der Ideal aufgerufen, kreative und provokante Ideen für einen Kurzfilm zu skizzieren, der zur viralen Verbreitung geeignet sein sollte. Eingereicht wurde eine Vielzahl von Ideen, angefangen bei der Star-Wars-Parodie, über Comic-Zeichnungen bis hin zu einem Song. Der Nachwuchskader der Ideal hatte die Aufgabe, die Siegeridee auszuwählen und umzusetzen.

Die Resonanz im Web ist allerdings überwiegend negativ. Facebook- und Youtube-Nutzer echauffieren sich über den Werbespot, nur wenige halten die Werbung für mutig. Blau Direkt hat das Video bereits adaptiert.

(vwh/dg)

Screenshot: Versicherungsbranche goes Sex #passtimmer – Ideal Universal Life. (Quelle: Youtube)