

ZURICH VERSICHERUNG x FOKUS CLAN

OCTAGON GERMANY | JANUAR 2021



AUSGANGSSITUATION

// Wo kommt die Marke her und was will sie erreichen?



- Im Jahr 2020 ging die 20-jährige Olympiapartnerschaft der Zurich Versicherung zu Ende
- Nutzung des richtigen Zeitpunktes zur Justierung der Sponsoringstrategie
- Ziele:
 - Ansprache einer jungen, digital-affinen Zielgruppe
 - Erhöhung der Nahbarkeit und Glaubwürdigkeit
 - Emotionale Aufladung der Marke
 - Ganzjährige Kommunikation
 - Aktivierung und Storytelling auf sozialen Netzwerken

UMSETZUNG

// Warum und wie wurde diese Plattform ausgewählt?

1

Strategischer Ansatz zur Plattformfindung:

- Nutzung des **PSI-Modells** in enger Abstimmung mit der Zielsetzung und den definierten Kriterien wie z.B. Nähe zum klassischen Sport oder Reichweite



2

Positionierung als Partner:

- Zurich als Unterstützer aller passionierten FIFA-Spieler in Deutschland
- Ratgeber für smarte Entscheidungen und zielgerichtete Investitionen
- Absicherer – sowohl im Spiel als auch im echten Leben

AKTIVIERUNG & STORYTELLING



FIFA-Teams für jedes Budget



Announcement der Partnerschaft



Specialcard Spotlights



Zurich eFootball Cup 2020



Zurich-Race to 30



Klicken Sie auf die Bilder, um zu den Contentbeispielen zu gelangen

ERGEBNISSE

> 29 Mio.

Impressions in
den ersten neun
Monaten

> 1,6 Mio.

Interaktionen in
den ersten neun
Monaten



100%

mehr Follower
auf Instagram,
durch eSport-
Kampagnen

~ 150

Minuten

bis der Zurich
eFootball Cup
ausgebucht war

Kontakt:

Christopher Kinnel

New Business & Marketing Director

Mail: Christoper.kinnel@octagon.com

Tel.: +49 (0) 151 5820 43 84

VIELEN DANK

Alle vorgestellten Inhalte dieser Präsentation sind geistiges Eigentum von Octagon (IPG DXTRA Deutschland).
Eine Veröffentlichung bedarf einer schriftlichen Freigabe seitens Octagon.