

## Presse / 2016 / TV-Werbung für die Knappschaft? Doch, das geht!



Ab dem 18. Januar 2016 setzt SAINT ELMO´S Berlin im zweiten Jahr die crossmediale Werbekampagne für die Knappschaft um. Die Figur Bernd Stromberg spielt nach wie vor die Hauptrolle. Der authentisch-zynische Charakter aus der gleichnamigen Comedyserie ist von Deutschlands ältester Krankenversicherung überzeugt.

Ab dem 18. Januar 2016 setzt SAINT ELMO´S Berlin im zweiten Jahr die crossmediale Werbekampagne für die Knappschaft um. Die Figur Bernd Stromberg spielt nach wie vor die Hauptrolle. Der authentisch-zynische Charakter aus der gleichnamigen Comedyserie ist von Deutschlands ältester Krankenversicherung überzeugt.

„Die Knappschaft und ich sind ja quasi der Brad Pitt und die Angelika Jolie der Versicherung. Also, wo sich die beiden Besten zusammentun. Nur, dass wir keine Kinder adoptieren und die Knappschaft schon älter ist. Und billiger. Also, billiger im positiven Sinne“, kommentiert Stromberg die Zusammenarbeit.

Zu sehen ist die Kampagne zum ersten Mal auch im TV. Hinzu kommen Kino, Infoscreens und Online. Gewohnt provokant greift Stromberg gängige Vorurteile gegenüber Krankenkassen auf, hebt die Leistungen der Knappschaft hervor und etabliert sie als Möglichmacher, alles unter dem Kampagnenclaim „Doch, das geht!“. Die Kampagne wurde gemeinsam mit BRAINPOOL Artist und Content Services GmbH, der Vermarktungstochterunternehmung der Stromberg-Produktionsgesellschaft, entwickelt und umgesetzt.

„Die Knappschaft ist anders und hilft auch dort, wo andere Kassen die Unterstützung verweigern. Diese Botschaft zu vermitteln, ist unser Ziel“, sagt Ben Künkler, Geschäftsführer von SAINT ELMO´S. „Dabei kreieren wir mit unserem Testimonial Stromberg ein junges Image und erreichen die Zielgruppe auf einfache, verständliche und unterhaltsame Weise.“

Mit ihrer Tonalität und der Gestaltung beschreitet die Werbekampagne neue Wege im Bereich der Versicherungswerbung. Aktuelle Fragen und Sorgen der Verbraucher rücken in den Mittelpunkt und sorgen für ein Schmunzeln. Ben Künkler: „Die Doch, das geht!-Kampagne bringt die besten Voraussetzungen mit, um die Marke Knappschaft nachhaltig zu stärken und weiter auszubauen.“

Und was sind für Stromberg die Highlights in der Zusammenarbeit? „Einige alte Kollegen aus der CAPITOL sind im letzten Jahr zur Knappschaft gewechselt. Obwohl sie mich kennen. Das zeigt erstens, dass das eine wirklich gute Kasse ist und zweitens, dass ich doch eine ganz schöne Überzeugungskraft habe. Außerdem hab ich einen sehr praktischen Schlüsselanhänger bekommen. Mit integriertem Flaschenöffner. Ich freue mich ja oft über die kleinen Sachen am meisten...“

### **Knappschaft**

Die Krankenkasse Knappschaft gehört zum Verbundsystem der Deutschen Rentenversicherung Knappschaft-Bahn-See. Mit rund 1,7 Millionen Versicherten zählt sie zu den größten Krankenkassen in Deutschland. Sie ist „offen für alle“ und damit unabhängig vom Beruf eine frei wählbare Krankenkasse. Die Knappschaft unterhält bundesweit über 100 Geschäfts- und Beratungsstellen. Weitere Infos unter [doch-das-geht.de](http://doch-das-geht.de).

### **Saint Elmo's**

Die Agenturgruppe Saint Elmo's mit Standorten in München, Berlin, Hamburg und Los Angeles realisiert mit ca. 130 Mitarbeitern ganzheitliche Kommunikationslösungen für Kunden wie BMW, DER TOURISTIK, GASAG, PRO7SAT1, Kabel Deutschland, Norisbank, Pfizer, Stadtwerke München, Maschinenringe, Andechser Molkerei, BAYERN 3, B/S/H, Cosmos Direkt etc. Die Agenturgruppe wurde 2001 gegründet und ist Teil der SERVICEPLAN-Gruppe.

### **BRAINPOOL Artist und Content Services GmbH**

Die BRAINPOOL Artist und Content Services GmbH bietet seit 1998 sowohl für die zur BRAINPOOL-Gruppe gehörenden als auch für dritte Künstler und TV-Produktionen Serviceleistungen einschließlich der Verwertung von Nebenrechten aus einer Hand. Eine Vielzahl ihrer Aktivitäten bündelt BRAINPOOL Artist und Content Services unter dem Label MySpass.

© 2020 BRAINPOOL TV GmbH - Impressum - Datenschutz

---

