



Foto | Bildrechte:© Ruben Jacob Fees (<http://www.rubenjacobfees.com/>) | Mannheimer Versicherung AG

31.08.2016 11:35 CEST

Kollidierende Welten?

Markenentwicklung: I'M SOUND

Seit diesem Jahr haben Musiker und Versicherungsunternehmen etwas gemeinsam. Eine Versicherung lässt sich mit ihrer neuen Marke I'M SOUND[®] auf ein Wagnis ein und verlässt bewusst die eigene Komfort-Zone. I'M SOUND[®] versichert neuerdings Bands und DJs - Musiker am Stromkreis - und das zu fairen und bezahlbaren Konditionen. Sie geht dabei einen Weg, den man von einer Versicherung nicht vermuten würde. In Sachen Kommunikation, Marketing und Produktgestaltung begibt sich I'M SOUND[®]

auf Augenhöhe mit Musikern, lässt sich duzen und ist überall dort, wo Musiker auch sind: sowohl im Netz als auch offline, z.B. auf dem Maifeld Derby, dem Reeperbahn- oder Jetztmusik Festival.

Um so einen Weg zu gehen, muss man intern umdenken, denn was haben Musiker und ein Versicherungsunternehmen gemeinsam? Nicht viel. Quasi nichts. Weder auf den ersten noch auf den zweiten Blick. Wer Musiker wird, für den steht Sicherheit kaum ganz oben auf der Prio-Liste. Weil in der Musikbranche nichts geht, ohne das konsequente Einlassen auf das Unplanbare. Manche nennen das mutig. Andere völlig bescheuert.

Und Versicherer haben sich in der Vergangenheit nicht um die Zielgruppe der Musiker gerissen. Zu wild, zu unstet, ein im wahrsten Sinne "unkalkulierbares Risiko". Weil in der Versicherungsbranche nichts geht, ohne kalkulierbare Planungssicherheit. Manche nennen das wichtig. Andere fürchterlich langweilig.

Markenmanagerin: Musikbranchenexpertin Janina Klages

Wie funktioniert "intern umdenken" nun also in der Praxis? Man könnte eine findige Agentur anheuern, die der neuen Marke ein schickes Marketing und Wording verpasst. Oder man verpflichtet jemanden direkt aus der Musikbranche, um Produkt und Marke von der Pike auf zu gestalten, zu vermarkten und zu betreuen. Letzteres hat die "Mannheimer" getan und 2014 Janina Klages als Markenmanagerin fest eingestellt. Janina Klages leitete nach ihrem Musikbusiness-Studium und ihrem Job an der Popakademie Baden-Württemberg zuletzt das Clustermanagement Musikwirtschaft in Mannheim und war dort für die Musikwirtschaftsförderung der Region zuständig. 10 Jahre lang ist sie zudem Mitglied der Art-Rock Band MBWTEYP. Die Branche kennt sie. Und Musiker mit all ihren Bedürfnissen, Liebenswert- und Eigenartigkeiten auch. Zusammen mit ihrem Team hat sie in 1 1/2 Jahren die Markenwelt von I'M SOUND[®], das maßgeschneiderte Produkt für Musiker kreiert.

Markengesichter: Mannheimer Musiker Laura Carbone und Kosho

So authentisch wie die Story hinter I'M SOUND[®] ist auch das Marken-Cover.

Keine Stockphoto-Modells, sondern echte Musiker mit echten Geschichten konnte I'M SOUND als aktuelle Kampagnen-Gesichter für sich gewinnen: Laura Carbone und Michael "Kosho" Koschorreck. Beide Künstler sind weit über die regionalen Grenzen Mannheims hinaus bekannt. Sie zerlegten I'M SOUND® im Erst-Gespräch mit Markenmanagerin Klages erst kritisch in alle Einzelteile und befanden Produkt und Marke abschließend für sehr gut. Und vor allem notwendig, "weil bei allen Unsicherheiten im von Überraschungen geprägten Musiker-Metier ein paar fundamentale Sicherungen im Kasten zu wissen" dann eben doch nichts Schlechtes ist, so Kosho.

„Als ich dann nach dem intensiven Gespräch gesehen habe, was für eine Ästhetik das Ganze haben wird, habe ich zugesagt“, so Laura. Eine Entscheidung, die sie sicher nicht bereut hat, denn nach einem Auftritt auf dem "Meet the Mannheimers"-Empfang während des Reeperbahn Festivals 2015, zu dem I'M SOUND® die Künstlerin miteingeladen hatte, ergab sich für sie eine Einladung zum SXSW-Festival in Austin, Texas. „Da ich in Zukunft plane sehr viel international unterwegs zu sein, ist es ein gutes Gefühl zu wissen, dass unser Equipment gut versichert ist. Da ist man schon viel entspannter“. Das kann man mal so stehen lassen.

Und dass die Mannheimer für sich erkannt hat, was die Versicherungswirtschaft in Sachen Digitalisierung alles von der Musikwirtschaft lernen kann, auch. Aber das steht noch mal auf einem anderen Papier.

Markenplattform: www.sicher-laut-leben.de

Persönliche Interviews mit Janina Klages, Laura Carbone und Kosho plus alle weiteren Infos zu I'M SOUND® findet ihr auf www.sicher-laut-leben.de

Weitere Informationen:

- www.sicher-laut-leben.de
- www.facebook.com/mannheimer.imsound
- www.mannheimer.de/imsound.de

- <http://www.lauracarbhone.com/>
- <http://www.kosho.de/kosho/>

Info-Trailer:

Long-Version <http://bit.ly/2aJU6R0>

Short-Version <http://bit.ly/2aeP8wi>

Die Mannheimer Versicherung AG ist spezialisiert auf individuelle Versicherungslösungen für anspruchsvolle Privatkunden und mittelständische Firmenkunden. Für unsere Zielgruppen haben wir hochqualitative Markenprodukte entwickelt, zum Beispiel ARTIMA für Künstler und Kunstsammler, BELMOT für Oldtimerbesitzer und M-ERGIE für Elektrofahrzeuge.

Mit einigen unserer Marken gehören wir zu den führenden Versicherern in Deutschland. Mit SINFONIMA sind wir einer der führenden Musikinstrumentenversicherer. Mehr als die Hälfte aller Juweliere in Deutschland haben sich für VALORIMA entschieden. Mit PRIGOM ist die Mannheimer einer der maßgeblichen Versicherer von Golfplätzen.

Als mittelständisches Unternehmen mit Sitz in Mannheim bieten wir unsere Produkte auf dem deutschen Markt, in anderen EU-Ländern und in der Schweiz an.

Die Mannheimer Versicherung AG erzielte im Geschäftsjahr 2015 Beitragseinnahmen von 330 Mio. Euro und betreute rund 769.000 Versicherungsverträge. Sie beschäftigte 2015 im Durchschnitt 513 Mitarbeiter. Im Außendienst arbeitet sie mit ca. 300 selbstständigen AgenturPartnern sowie 2.500 Maklern zusammen.

Sie ist Teil des Continentale Versicherungsverbundes auf Gegenseitigkeit, der mit 3,5 Mrd. Euro Beitragseinnahmen und rund 6.900 Menschen im Innen- und Außendienst zu den großen deutschen Versicherern zählt.

Weitere Informationen:

<http://www.mannheimer.de/>