



Ralf Schumacher wird Markenbotschafter von HDI

Michael Fiedler

HDI setzt im Kfz-Geschäft auf prominente Unterstützung: Der frühere Formel-1-Pilot Ralf Schumacher wird Markenbotschafter des Versicherers. Eine neue Social-Media-Kampagne soll dabei nicht allein Aufmerksamkeit schaffen – HDI zielt auch auf konkrete Leads.

Social-Media-Kampagne soll Leads liefern

Konzipiert und umgesetzt wurde die Kampagne gemeinsam mit der Social-First-Agentur Mawave. Geplant sind verschiedene Formate für soziale Netzwerke, digitale Werbekanäle und weitere Stationen der Customer Journey. Dabei verfolgt HDI neben der Markenkommunikation ein konkretes Vertriebsziel. Die Kampagne soll nicht nur Reichweite erzeugen, sondern Interessenten gewinnen. „Unsere Aufgabe war es, die Social-First-Kommunikation für HDI von Grund auf auszurichten und so zu konzipieren, dass eine Versicherung im Feed wirklich auffällt und dabei nicht nur Reichweite, sondern konkrete Leads generiert“, sagt Till Weyerhäuser, Managing Director von Mawave. Damit wird die Kooperation auch zum Versuch, die Bekanntheit eines Markenbotschafters unmittelbar mit digitaler Kundengewinnung zu verbinden.

Schumacher verbindet Partnerschaft mit Sicherheit

Schumacher selbst begründet die Zusammenarbeit mit seiner langjährigen Verbindung zu Mobilität und Motorsport. „Im

Motorsport lernt man sehr schnell, wie wichtig Sicherheit und Verlässlichkeit sind – und im normalen Straßenverkehr ist das nicht anders“, sagt der ehemalige Rennfahrer.

Der 51-Jährige startete zwischen 1997 und 2007 bei 180 Formel-1-Grand-Prix und gewann sechs Rennen. Anschließend fuhr er bis 2012 in der DTM. Heute arbeitet Schumacher unter anderem als Formel-1-Experte für Sky und ist als Unternehmer tätig. Neben HDI bestehen weitere Markenpartnerschaften, unter anderem mit Dekra.

Versicherungs- und Finanznachrichten

expertenReport



<https://www.experten.de/id/4952099/Ralf-Schumacher-wird-Markenbotschafter-von-HDI/>