

## Fallstudie: Entwicklung eines selbsterklärenden und gleichzeitig attraktiven Namens für ein neues Finanzprodukt der VKB

### Ausgangslage

Die Versicherungskammer Bayern ist bundesweit der größte öffentliche Versicherer und unter den Top Ten der Erstversicherer. Allerdings ist sie nur regional tätig in Bayern, der Pfalz, im Saarland sowie in Berlin und Brandenburg.

Aufgrund des sehr hohen zu übertragenden Erbvermögens in Deutschland wurde eine Produktinnovation für die Zielgruppe über 46 Jahren entwickelt. Diese wurde sowohl vom Markt gewünscht wie vom Vertrieb begrüßt.

### Das Neuprodukt

Das innovative Produkt ist eine Kapitalversicherung, die das Vererben steuerfrei angesammelter Erträge aus einem eingezahlten Grundstock ermöglicht, wobei der Bezugsberechtigte nur erbschaftssteuerpflichtig ist. Sie unterscheidet sich somit deutlich von traditionellen Produkten wie Sterbegeldversicherung und klassischer Risiko-Lebensversicherung.

Der USP der Versicherungsinnovation ist die Kombination aus sicherer Vermögensanlage und steuerbegünstigter Vermögensübertragung, da alle während der Laufzeit angesammelten Erträge steuerfrei sind. Beim Tod des Versicherten erhalten die frei wählbaren Bezugsberechtigten das Geld sofort und einkommenssteuerfrei.

Der Effekt und damit der Nutzen sind klar: Steuern sparen und gleichzeitig Vermögen wie Immobilien oder Firmen bewahren indem Erbaueinandersetzungen verhindert werden.

### Aufgabe

Entwicklung eines werbewirksamen Namens für eine neue Kapitalversicherung mit dem Arbeitstitel „Erbchaftspolice“. Der Begriff sollte die Leistungen beschreiben bzw. anklängen lassen und zur nationalen Verwendung geeignet sein.



## Namenseigenschaften

Eine Fülle von Kriterien war definiert, die vom Namen zu erfüllen war:

- Deutscher Namensursprung
- Leicht zugänglich, attraktiv und verständlich
- Passung mit der Marken- und Sprachwelt der VKB
- Bodenständiger und vertrauenswürdiger Charakter
- Ehrliche und offene Haltung
- Keine Kollision mit bestehenden Marken
- Verfügbar als .de Domain

## Projektlauf

Nach einem Briefing-Workshop mit allen Entscheidungsträgern der Versicherungskammer sowie einer Wettbewerbsanalyse und Marktrecherchen wurden Namensstrategien und Beispielnamen entworfen. Diese wurden abgestimmt und in der Folge eine hohe Zahl von Namen generiert.

Im letzten Schritt reduzierte eine Fülle von Detailrecherchen die Zahl der Namenskandidaten auf tatsächlich umsetzbare, positionierungsgerechte und attraktive Namen. Diese wurden vorgestellt und in der Folge eine interne Entscheidung für den bestpassenden Namen getroffen.

## Ergebnis: GenerationenDepot

Der einfache, aber dennoch vielsagende Name vermittelt klar eine langfristige und ertragsorientierte Geldanlage. Er wirkt vielversprechend und verlässlich und passt entsprechend positiv zu den Themen „Vorsorge“ und „Versorgung“. Gleichzeitig spielt er subtil auf das Thema „Erben“ / „Vererben“ an.

