

Alles andere als langweilig: CosmosDirekt startet Kampagne „Immer schön direkt“ und positioniert Versicherungswerbung neu

- Versicherungswerbung ganz anders: Relevante Altersvorsorge- und Absicherungsthemen erreichen junge Menschen in zeitgemäßen Formaten
- CosmosDirekt begleitet als beliebter und preisgünstiger Familienversicherer alle Lebensphasen – von der ersten Wohnung bis zur Familiengründung und Rente
- Unterhaltsam zur Vorsorge: Wohngemeinschaft mit bekannten Gesichtern aus Reality-TV und Social Media im Mittelpunkt der Kampagne

Saarbrücken – CosmosDirekt, der Direktversicherer der Generali Deutschland, setzt in der Werbung und bei der Ansprache zu Vorsorge und Absicherung auf einen neuen Ton – und setzt damit neue Maßstäbe in der zielgruppengerechten Ansprache, gerade für junge Menschen. Mit der Kampagne „Immer schön direkt“, die am 13. Mai 2026 startet, positioniert CosmosDirekt Versicherungsthemen in zeitgemäßen Unterhaltungsformaten nah am Alltag junger Zielgruppen. Gerade vor dem Hintergrund einer dringend notwendigen, eigenverantwortlichen und privaten Vorsorge zur Absicherung des Lebensstandards ist es wichtig, junge Menschen dort zu erreichen, wo sie Orientierung suchen. Weil klassische Versicherungsbotschaften viele, vor allem jüngere Menschen immer seltener erreichen, transportiert CosmosDirekt die Vorsorgethemen in modernem Format und über Social Media sowie beliebte Medien-Plattformen.



Unterstützung holt sich CosmosDirekt dabei von bekannten Gesichtern aus der Social-Media-Welt und einschlägigen Streaming-Plattformen: Das internationale Top-Model Toni Garrn, Schauspielerin Klara Lange, YouTuber Arman Kashani und Content-Creator Jan Schlappen sowie Realityshow-Star Cosimo Citiolo bilden eine verrückte Wohngemeinschaft, in der mit sehr viel Augenzwinkern Absicherung ein Teil realer Lebensfragen ist. Beiläufig, manchmal unbequem, aber relevant.

Mit der neuen Kampagnenplattform „Immer schön direkt“ verfolgt CosmosDirekt einen mutigen Ansatz: Versicherung soll weniger belehrend auftreten und stattdessen an die Lebensrealität der Menschen anknüpfen – in ihren Themen, ihrer Sprache und über moderne Medienformate. Das Format der Kampagne setzt auf Branded Entertainment und unterscheidet sich damit deutlich von den Auftritten anderer Wettbewerber. Konzipiert und entwickelt wurde die Plattform gemeinsam mit Leagas Delaney, der CosmosDirekt Leadagentur.

Pressekontakt

Jörg Linder, Head of Media Relations, T +49 (0) 241 456-5664
Sabine Gemballa, Media Relations, T +49 (0) 681 966 7560

presse.de@generali.com

 CosmosDirekt
 Generali Deutschland AG

www.cosmosdirekt.de
www.generali.de

Generali Deutschland AG
Adenauerring 7
D-81737 München

REALITY-TV-FORMAT MIT PROMINENTEN BEWOHNERN IN VERRÜCKTER VIERER-WOHNGEMEINSCHAFT

Für die Umsetzung der CosmosDirekt-Kampagnenplattform, in deren Mittelpunkt die bunt gemischte Wohngemeinschaft steht, arbeitete Leagas Delaney mit der Filmproduktion Kleine Brüder zusammen, die mit prämierten Serien-Hits bereits Maßstäbe in puncto Humor und Improvisation gesetzt hat. Regie führte Dennis Holtschoppen.

Im Zentrum der Kampagne stehen Situationen, die viele junge Menschen kennen: gemeinsames Wohnen, instabile Lebensphasen, Verantwortung füreinander, erste langfristige Entscheidungen. Erzählt werden diese in vier Webisodes im Stil moderner Reality-Formate. Mit Klara Lange in der Rolle der Wohngemeinschafts-Bewohnerin Jacky konnte eine prominente Darstellerin gewonnen werden. Neben ihr spielen Arman Kashani als Dean, bekannt aus „Player of Ibiza“, und Content Creator und Parkour-Athlet Jan Schlappen aka Pascal – auf YouTube für seine spektakulären Stunts bekannt – die weiteren Wohngemeinschafts-Bewohner. Zudem kommt ein prominenter Gaststar in die Wohngemeinschaft: Toni Garrn. Das internationale Top-Model steht für die CosmosDirekt Kampagne erstmals in einem Werbefilm vor der Kamera und zieht als Gina in die Wohngemeinschaft ein.

In den vier Webisodes wird geflirtet, gestritten, gebouldert und geliebt. Die Wohngemeinschaft geht dabei nicht zu Bruch, aber so manches Möbelstück. Nicht nur für solche Fälle ist CosmosDirekt da, sondern natürlich auch für das Wohngemeinschafts-Paar Dean und Jacky, die für ihre zukünftige Familie vorsorgen. Als beliebter Familienversicherer begleitet CosmosDirekt viele Kundinnen und Kunden in genau solchen Lebensphasen – von der ersten eigenen Wohnung bis zur Familiengründung. Kommentiert wird das verrückte Leben der Vierer-Wohngemeinschaft im Stile typischer Reality-Formate von einem Urgestein dieser Szene: Cosimo Citiolo. Der „Checker vom Neckar“ schlüpft hier in die Rolle eines Möchtegern-Versicherungs-Kenners.

KAMPAGNE BIETET ZUGANG ZU WICHTIGEN ABSICHERUNGS-UND VORSORGETHEMEN – GERADE FÜR JUNGE MENSCHEN

„Immer schön direkt“ versteht sich nicht nur als Werbekampagne, sondern als Antwort auf gesellschaftlichen Wandel und verändertes Kommunikationsverhalten: Wenn junge Generationen Informationen, Orientierung und Identifikation zunehmend außerhalb klassischer Kanäle suchen, muss auch Versicherungskommunikation neue Formen finden. Genau hier setzt CosmosDirekt an und setzt neue Maßstäbe in der Zielgruppenansprache – weil eigenverantwortliche, private Vorsorge zur Absicherung des Lebensstandards gerade für junge Menschen dringend an Bedeutung gewinnt. Für CosmosDirekt ist die neue Kampagnen-Plattform ein mutiger Schritt als Marke.

„Versicherungen sind für das Leben der Menschen unverzichtbar“, sagt Frank Färber, Chief Sales and Marketing Officer im Vorstand von CosmosDirekt. „Sie geben Sicherheit im Alltag und fangen finanzielle Risiken ab – vom ersten eigenen Zuhause bis zur Familie und zur Altersvorsorge. Gleichzeitig erleben wir, dass klassische Versicherungswerbung viele Menschen nicht wirklich erreicht. Als beliebter und preisgünstiger Familienversicherer wollen wir deshalb einen anderen Zugang finden – vor allem auch zu den Jüngeren: unterhaltsamer, humorvoller und innovativer. Genau das ist die Idee von ‚Immer schön direkt‘. Gerade für



jüngere Menschen braucht es neue Zugänge, um Verantwortung, Absicherung und finanzielle Selbstständigkeit überhaupt wieder ins Gespräch zu bringen.“

Verantwortlich für die Idee und das Drehbuch bei Leagas Delaney ist **Victor Karpinski, der als Senior Copywriter** kommentiert: *„Mit ‚Immer schön direkt‘ lassen wir klassische Versicherungswerbung hinter uns und platzieren die Produkte von CosmosDirekt relevant und unterhaltsam in der Popkultur. Uns geht es darum, Momente zu schaffen, die man sehen will und die Relevanz für die Absicherung und Vorsorge der Menschen haben. Marke und Produkte sind dabei ganz natürlich in die Handlung eingebunden.“*

Außergewöhnlich sind nicht nur der Cast und die Machart der Kampagne, sondern auch die Formate der Hauptwerbemittel. Die Webisodes mit einer Länge von je 3 - 5 Minuten werden unter anderem auf YouTube geschaltet. Sie verbinden das unterhaltsame Wohngemeinschafts-Leben nativ mit Informationen zu CosmosDirekt Produkten. Die Kampagne wird durch Social Media-Formate, Aktionen (z. B. Gewinnspiele/Behind the Scenes) sowie Website-Maßnahmen ergänzt; umgesetzt u. a. mit Zum goldenen Hirschen Valley, die Mediaplanung erfolgte gemeinsam mit DentsuX.

COSMOSDIREKT

Die Cosmos Lebensversicherungs-AG und Cosmos Versicherung AG gehören zu Deutschlands führenden Direktversicherern und treten unter dem gemeinsamen Markennamen CosmosDirekt als der Direktversicherer der Generali in Deutschland auf. Mit einfachen, preiswerten und flexiblen Online-Angeboten und kompetenter persönlicher Beratung setzt das Unternehmen neue Maßstäbe in der Versicherungsbranche. Zum Angebot zählen private Absicherung, Vorsorge und Vermögensaufbau. Rund 1,7 Millionen Kunden vertrauen auf CosmosDirekt.

GENERALI IN DEUTSCHLAND

Die Generali in Deutschland ist eine der führenden Erstversicherungsgruppen im deutschen Markt mit Beitragseinnahmen von rund 15,5 Mrd. € und mehr als 9 Mio. Kundinnen und Kunden. Als Teil der internationalen Generali Group ist die Generali in Deutschland mit den Marken Generali, CosmosDirekt und Dialog in den Segmenten Leben, Kranken und Schaden/Unfall tätig. Ziel der Generali ist es, für ihre Kundinnen und Kunden eine lebenslange Partnerin zu sein, die dank eines hervorragenden Vertriebsnetzes im Exklusiv- und Direktvertrieb sowie im Maklerkanal innovative, individuelle Lösungen und Dienstleistungen anbietet.

LEAGAS DELANEY HAMBURG

Die Agentur wurde im Jahr 2000 gegründet und beschäftigt an ihrem Hamburger Standort aktuell 31 Mitarbeiter. Sie ist Teil der internationalen Agenturfamilie, die 1980 von Tim Delaney in London gegründet wurde. Die Agentur ist inhabergeführt und unabhängig. Zu den Kunden von Leagas Delaney Hamburg zählen aktuell CosmosDirekt, BRITA, Lorenz Snacks, Fissler, Leerdammer, Lactalis, Plant-for-the-Planet, eismann, das Konzerthaus Dortmund, die Stadt Essen und Escal. Geschäftsführer und Partner sind Dirk Bittermann und Hermann Waterkamp.

Ansprechpartner Leagas Delaney:
Dirk Bittermann (CEO)
dirk_bittermann@leagasdelaney.de
Mobile: 0177 3304143

Die Sicherheit Ihrer persönlichen Daten ist uns sehr wichtig. Bitte teilen Sie uns mit, wenn Sie keine weiteren Informationen mehr von uns wünschen. Wir werden Ihre Daten dann aus unserem Verteiler löschen.