

UNIQA

Wien, 04.10.2018

## Baby Max mit 90km/h am Autodach? Chill Life - mit dem UNIQA NotfallKnopf.

**Baby Max ist mit dem UNIQA NotfallKnopf und S&J sicher in allen Lebenslagen.**

UNIQA erweitert seinen Service des NotfallKnopfes im Auto um den NotfallKnopf am Handy, der SafeLine-Kunden nun auch außerhalb des Autos in Unfall- und Gefahrensituationen zur Seite steht.

Im Mittelpunkt der Kampagne steht wieder der sprechende Protagonist Baby Max, der die neue UNIQA Serviceleistung diesmal ganz besonders gut brauchen kann. Sieht er sich doch immer wieder - unverschuldet - neuen Gefahrensituationen ausgesetzt, die es zu bewältigen gilt. Gut also, dass Max, neben seiner nicht besonders sicherheitsbewussten Eltern auch immer den UNIQA NotfallKnopf mit dabei hat.

Sabine Usaty-Seewald, Vorstand Kunden- und Marktmanagement UNIQA Österreich, definiert: „Den NotfallKnopf gibt es bei Abschluss einer Kfz-Haftpflicht-Versicherung mit SafeLine und jetzt eben neu - auch am Handy. Somit können unsere Kunden in verschiedenen Lebenslagen, wie in bestimmten Gefahren- oder Notsituationen, diesen Service beanspruchen. Durch die direkte Alarmierung können die Ersthelfer schneller am Unfallort sein und erhöhen so die Chance auf Rettung.“ Paul Holcman, Geschäftsführer Kreation bei Springer & Jacoby weiter: „Mit dieser mobilen Notfall Serviceleistung wird UNIQA modernen Ansprüchen an sicherer Mobilität als Versicherung gerecht.“

Herzstück der Herbstkampagne sind die drei neuen 20-sekündigen TV-Spots. Auf humorvolle und heitere Weise wird gezeigt, wie Baby Max den NotfallKnopf nutzt. „Wir sehen Baby Max in verschiedenen gefährlichen Situationen. Aber Baby Max wäre nicht unser Max, wenn er die Situationen nicht gekonnt meistern - und ihnen sogar noch etwas Positives abgewinnen könnte!“, erläutert

Gabriela Rusu, Leitung Group Marketing & Communication der UNIQA Group. „Chill Life, ich hab‘ den NotfallKnopf! – wie Baby Max das ausdrücken würde!“, ergänzt Paul Holcmann.

Erstmals wurde die komplette Filmproduktion sowie technische Umsetzung von Vienna Paint unter Regisseur Andreas Fitzner umgesetzt. Die dazugehörigen Kampagnen- und Produktsujets wurden von Markus Rössle, die extra produzierten Social Media-Sujets von Sabine Wehinger/Vienna Paint, realisiert.

Zu sehen sind die neuen TV-Spots ab sofort österreichweit. Parallel startet eine groß angelegte Online- und Social Media Kampagne, deren Herzstück der eigene Facebook Channel von Max unter [facebook.com/maxhateinenplan](https://facebook.com/maxhateinenplan) ist. Vervollständigt wird der Kampagnenauftritt mit dem Einsatz am POS und einer Print Advertorial-Kampagne.

#### Verantwortlich bei UNIQA Österreich Versicherungen AG:

Vorstand Kunden & Marktmanagement:

Mag. Sabine Usaty-Seewald

Marketing Österreich: Marion Battisti

#### Verantwortlich bei UNIQA Insurance Group AG:

Leitung Group Marketing & Communication:

Mag. Gabriela Rusu

Leitung Group Communication: Mag. Wilfried Stöckl

Leitung Group Brand Image & Corporate Identity:

Mag. Karin Reisinger

Group Marketing & Communication Lead Social Media:

Teresa Ott

#### Verantwortlich bei Springer & Jacoby Österreich:

Geschäftsführer Beratung: Ralf Kober

Geschäftsführer Kreation: Paul Holcmann

Client Service Director: Hans-Peter Feichtner

Account Director: Maria Ortega

Kundenberatung: Raphaela Frauscher, Daniela Scheithauer

CD: Stela Pancic, Klaus Ketterle

AD: Christian Spindler, Fanni Kovacs

Grafik: Jon Ladron de Guevara, Daphne Fabre de la Ripelle,

Ingrida Prelgauskaitė

Text: Magdalena Wiszniewska, Christoph Nemeth

Social Media: Philipp Kurz

#### Film- und Fotoproduktion:

Filmproduktion: Vienna Paint

Regie: Andreas Fitzner

Kamera: Bernhard Popovic

VFX: Vienna Paint

Tonstudio: Innenhofstudios  
Fotograf: Markus Rössle  
Fotografin Social Media: Sabine Wehinger/Vienna Paint  
Bildbearbeitung: Vienna Paint

Mediaagentur:  
Mindshare GmbH & Co KG