

Benu.

BESTATTUNG
UND VORSORGE

**WEIL VORSORGE DIE
HÖCHSTE FORM
DER FÜRSORGE IST.**

Der Tod gehört zum Leben. Und trotzdem beschäftigen sich die meisten Menschen erst dann mit ihm, wenn er plötzlich da ist.

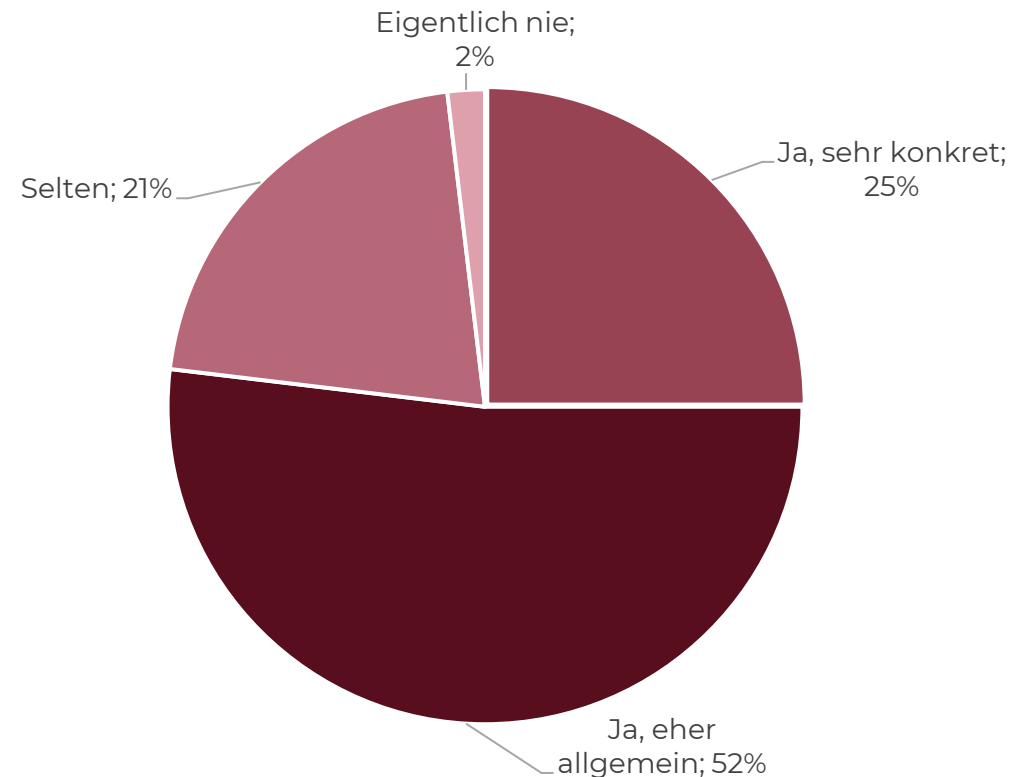
79%

der Befragten sagen, das Thema Bestattung kommt für sie am ehesten beim Tod einer nahestehenden Person auf.

21%

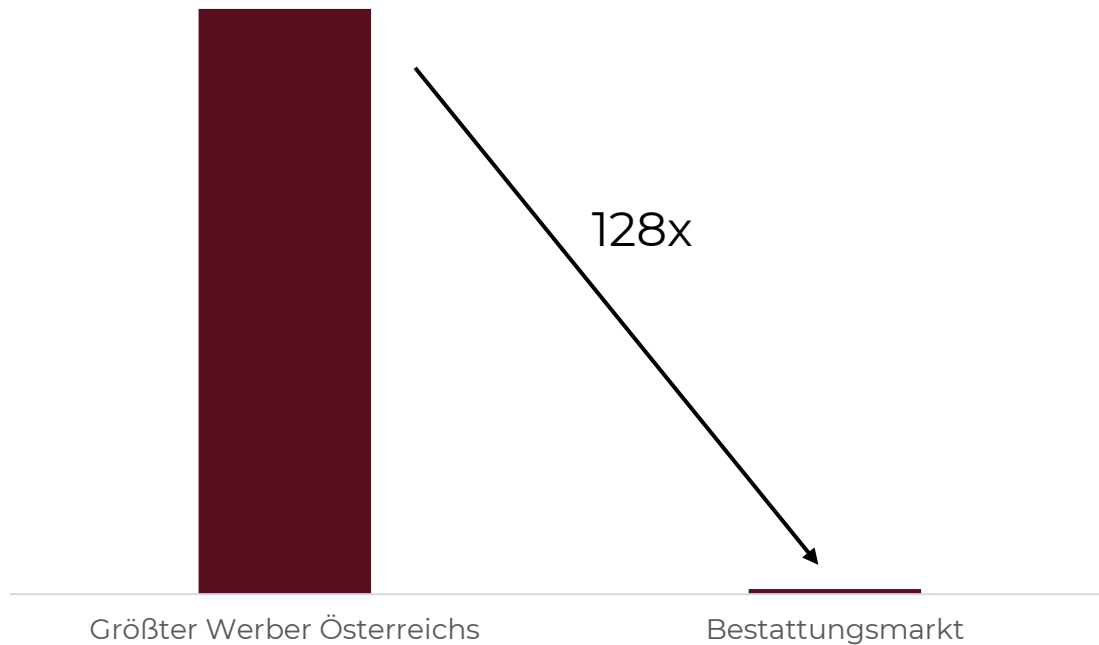
beschäftigen sich erst im Akutfall oder beim Tod einer Person im eigenen Umfeld mit dem Thema Bestattung/Vorsorge.

Haben Sie sich schon einmal Gedanken über den eigenen Tod gemacht?



In einem Umfeld mit niedriger Kommunikationsdichte und wenigen Marken hat Werbung einen starken Hebel.

**Bruttowerbepends
Bestattungsmarkt vs. Größter Werber Österreichs**
(2025)



Top 2 Share of Spend Bestattungsmarkt
(Basis Bruttowerbepends 2025)

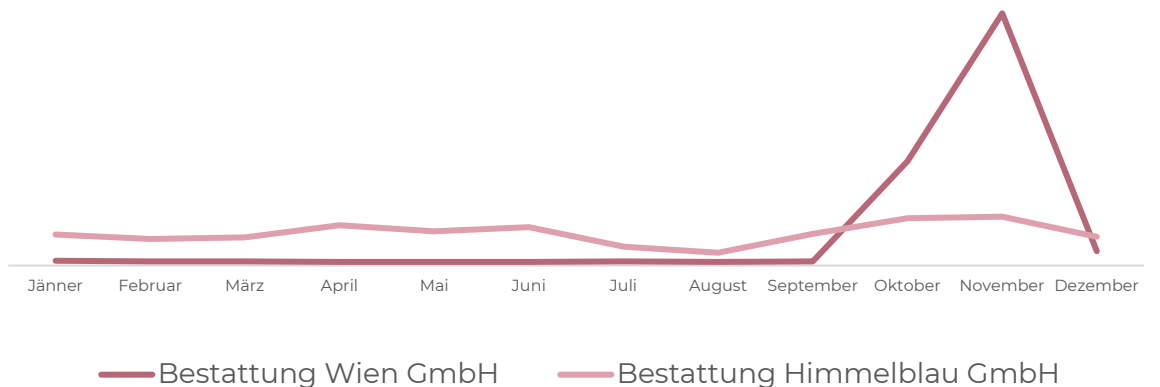
1.

Bestattung Wien GmbH

2.

Bestattung Himmelblau GmbH

Monatliche Bruttowerbepends
(2025)



Die Zielgruppe: Maria als Ausgangspunkt. Vorsorge ist jedoch kein Altersthema, deshalb öffnen wir die Zielgruppe nach unten.



A40-65

(3.318.000)*

- alternde Eltern
- Verantwortung in Partnerschaft/ Familie
- erste konkrete Berührungspunkte mit dem Thema Tod.

A30-45

(1.995.000)*

- Verantwortung beginnt: Partnerschaft/ Kinder/ Fürsorge
- Vorsorge ist kein Altersthema, sondern ein Beziehungsthema.

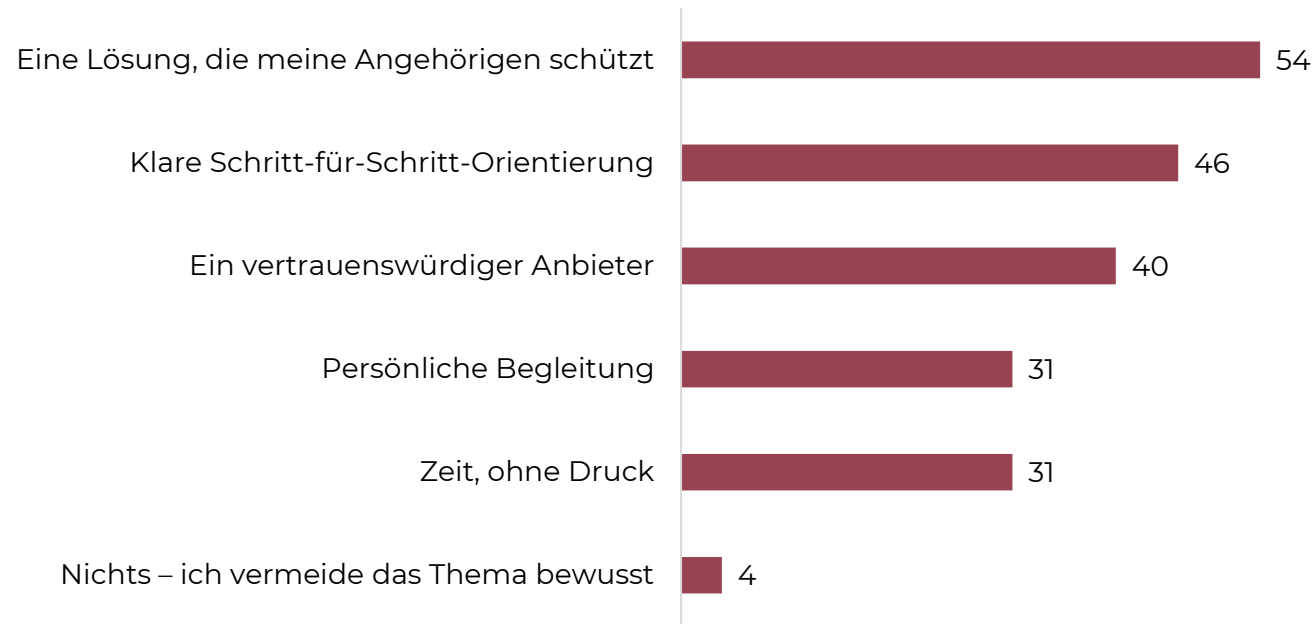
*Zielgruppen-Potenzial / Projektion in Tausend.
Quelle: Media Analyse 2024/2025

Benu weiß aus der täglichen Arbeit mit Angehörigen: Was im Ernstfall am meisten entlastet, ist Klarheit und ruhige Führung durch den Prozess.

Was würde es Ihnen leichter machen, sich mit
dem Thema **Vorsorge** zu beschäftigen?

(Mehrfachauswahl möglich)

Zustimmung in %



**Vorsorge ist kein rationaler Akt.
Vorsorge ist ein emotionaler Akt
der Nächstenliebe.**

Oder anders:
**Weil Vorsorge die höchste Form
der Fürsorge ist.**

Die Idee:

Benu entwickelt einen haptischen Schlüssel.

**Dieser ist digital und real zugleich:
Zugang zu einem Vorsorge- und
Begleitportal sowie zu einem
persönlichen Schließfach.**

- Im Portal werden persönliche Wünsche festgehalten.
- Im Schließfach können Menschen Andenken an ihre Liebsten sicher aufbewahren.



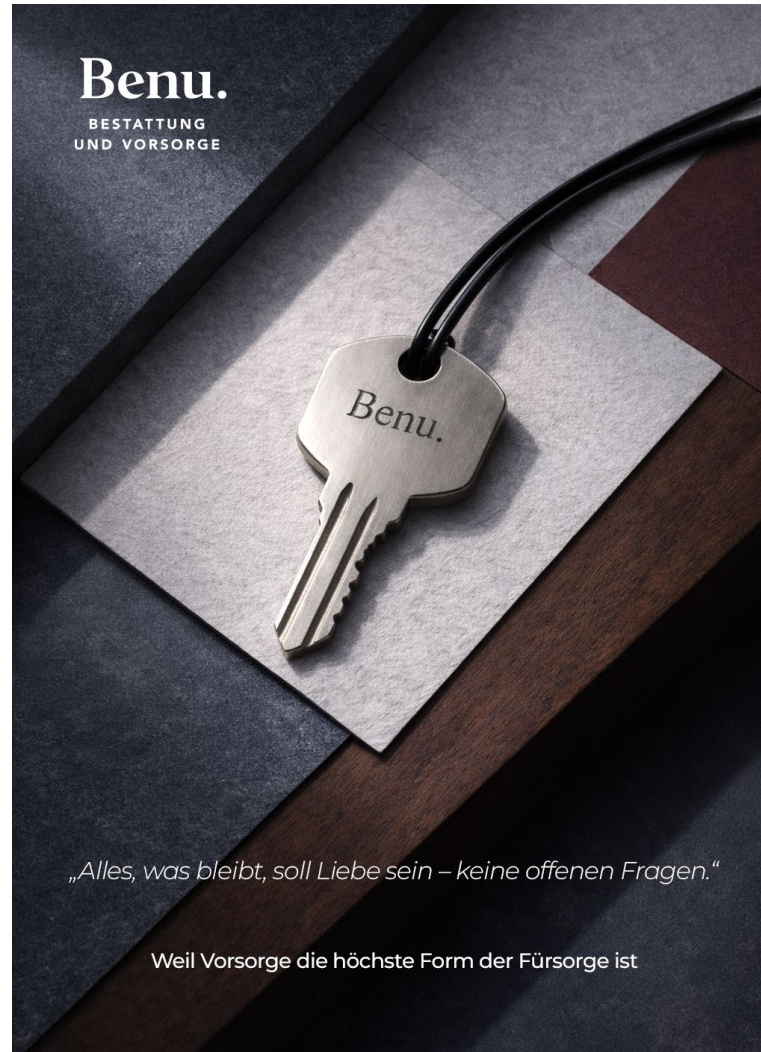
Word of Mouth ist die Logik des Marktes. Die Kampagne spricht daher aus Sicht von Menschen, die vorgesorgt haben.



Benu.
BESTATTUNG
UND VORSORGE

*„Ich wünsche mir, dass sich meine Liebsten
so wenig Gedanken wie möglich machen müssen.“*

Weil Vorsorge die höchste Form der Fürsorge ist



Benu.
BESTATTUNG
UND VORSORGE

„Alles, was bleibt, soll Liebe sein – keine offenen Fragen.“

Weil Vorsorge die höchste Form der Fürsorge ist

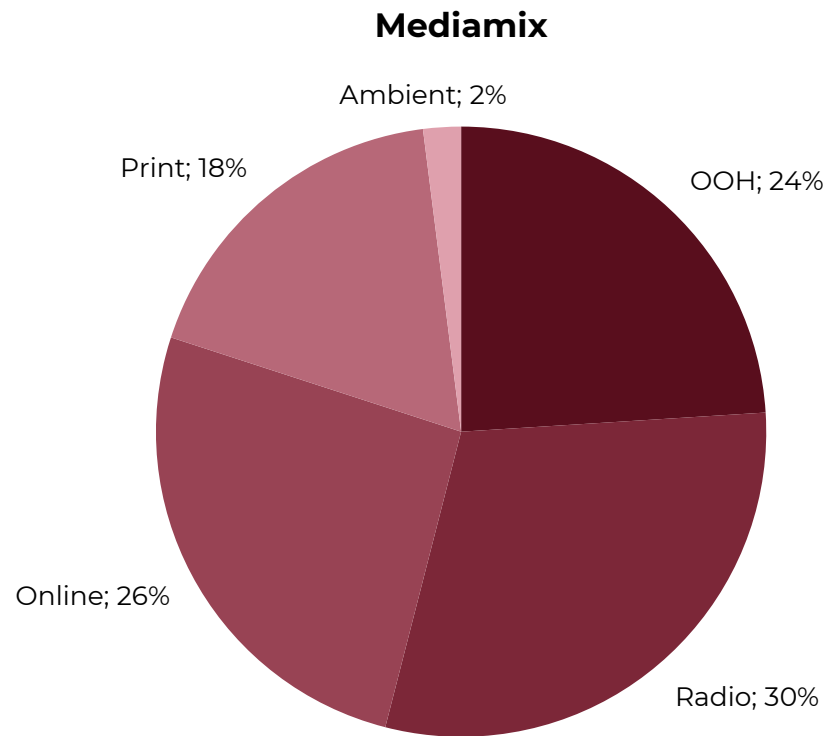


Benu.
BESTATTUNG
UND VORSORGE

*„Sorglos zu gehen bedeutet für mich,
heute schon an morgen gedacht zu haben.“*

Weil Vorsorge die höchste Form der Fürsorge ist

Reichweite und Frequenz schaffen Vertrauen. So wird Benu vor dem Bedarf top-of-mind.



Grobplanung vorbehaltlich Änderungen



Reichweite schafft mentale Verfügbarkeit. Conversation Cards übersetzen sie in echtes Word of Mouth und aktivieren im sozialen Umfeld.



Benu ist nicht nur Partner im Ernstfall, sondern langfristiger Begleiter. Benu ist präsent, bevor es notwendig ist und hilft, wenn es darauf ankommt.

OOH + Print sorgen für Sichtbarkeit, Radio baut Wiedererkennung auf.

Markenpräsenz stärken.

Das Gespräch normalisieren.

Vorsorgebereitschaft erhöhen.
(Verhaltensänderung)

3 Flights

Benu vor dem Bedarf top-of-mind machen und langfristig Markenbekanntheit steigern.

+73%
Nettoreichweite pro Flight in der ZG.

Reichweite erhöhen bei emotionaler Aktivierung.