

**YOUNG
LIONS
COMPETITION**

BENU

X

ANNA SRAMEK

X

CHIARA LACIC BRAMMER

„Benu soll die Marke werden, an die Menschen zuerst denken, wenn sie an Bestattungen denken. Gesucht wird keine Werbung über Tod. Gesucht wird Kommunikation über Vertrauen, Nähe und menschliche Begleitung.“

PROBLEM

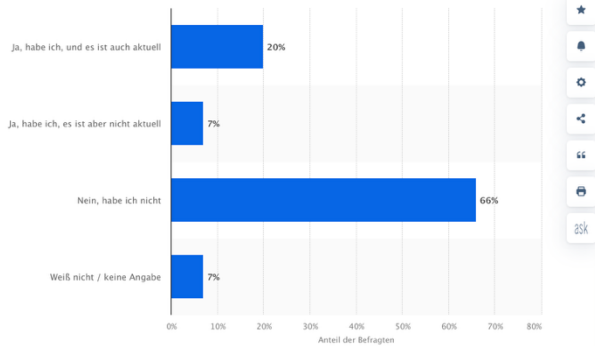
Österreich hat Angst über den Tod zu sprechen.

Tabuthema Tod

Wir müssen übers Sterben reden

Der Tod gehört zum Leben, und trotzdem verdrängen ihn viele. Dabei ist es gerade am Ende des Lebens wichtig, sich mit seinen Wünschen auseinanderzusetzen.

Haben Sie ein Testament?



Details: Deutschland; 28. August 2022; 10.493 Befragte; ab 18 Jahre; Panel-Befragung

© Statista 2026

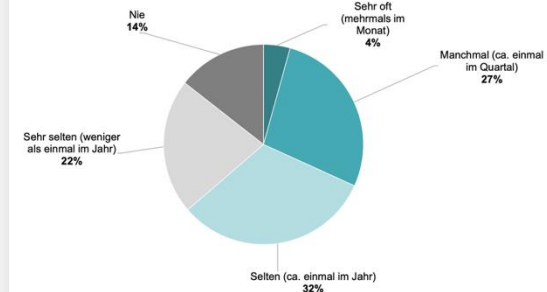
ÖSTERREICH

Schweigen und Angst: Tod bleibt für Österreicher ein Tabuthema

26.10.2025 07:00 (Akt. 26.10.2025 10:15)

Tabuthema Tod: Wie oft sprechen Sie darüber?

Mehr als die Hälfte (63%) spricht höchstens 1-mal im Jahr über den Tod



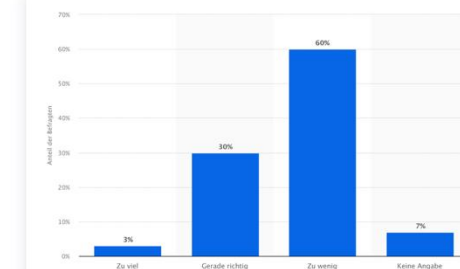
- 59% wünschen sich, dass offener über das Thema gesprochen wird – **Frauen 67%**
- **Jüngere (25-34)** geben häufiger an, „sehr oft“ darüber zu sprechen (**6%**), **Ältere (66-70; 0,2%)**
- HH mit geringem Einkommen mit **13%** sehr oft
- **NÖ 27%** NIE
- **Westen** wünscht es am meisten: **Tirol 56%, Vorarlberg 50%**

T05. Wie oft sprechen Sie mit Ihrer Familie oder Freunden über das Thema Tod und Sterben?
Basis: n=1.000, Angaben in %

helvetia
Ihre Schweizer Versicherung

Leben • Persönlichkeit & Verhalten

Unsere Gesellschaft befasst sich mit dem Thema „Sterben und Tod“...



Details: Deutschland; Forschungsgruppe Wahlen; 08.09. - 14.09.2022; 1.093 Befragte; ab 18 Jahre; Telefonische Befragung

© Statista 2026

DOWNLOAD
PDF XLS PNG PPT

QUELLE DETAILS FAQ

Quelle
Deutscher Hospiz- und Palliativverband

Erhebung durch
Forschungsgruppe Wahlen

Veröffentlicht durch
Deutscher Hospiz- und Palliativverband

Herkunftsverweis
Sterben in Deutschland – Wissen und Einstellungen zum Sterben, Seite 23

Veröffentlichungsdatum
November 2022

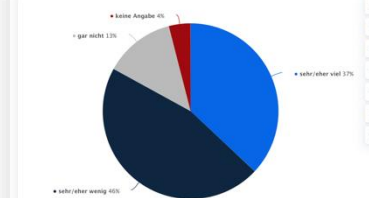
Zitierformate
Optionen anzeigen

FOTOS DER STUDIENPRÄSENTATION

Nur ein Drittel der Österreicher beschäftigt sich mit eigenem Tod

Leben • Persönlichkeit & Verhalten

Denken Sie viel über das Thema Sterben, Tod und Trauer nach?



Details: Deutschland; YouGov; Ute Graz; Deutscher Hospiz- und Palliativverband; 27.10. - 02.11.2022; 1.807 Befragte; 16-36 Jahre

© Statista 2026

DOWNLOAD
PDF XLS PNG PPT

QUELLE DETAILS FAQ

Quelle
Malteser; BMFSFJ

Erhebung durch
YouGov; Ute Graz; Deutscher Hospiz- und Palliativverband

Veröffentlicht durch
Malteser

Herkunftsverweis
malteser.de

Veröffentlichungsdatum
Dezember 2020

Zitierformate
Optionen anzeigen

PROBLEM

Dabei betrifft das Thema uns alle.

Um die Menschen dazu zu bringen, über Benu zu reden,
müssen wir sie zuerst dazu bringen, über den Tod zu reden.

Mit der ersten Bestattungskampagne Österreichs, die das Wort Tod kein einziges Mal verwendet.

**GIBT
ES
EIN
LEBEN
NACH
DEM**

**GIBT
ES
EIN
LEBEN
NACH
DEM**



Wir nutzen bekannte
Phrasen über den Tod,
lassen das Wort selbst
jedoch weg.

**BIS
DASS
DER**

**UNS
SCHEIDET**



Die Zielgruppe
vervollständigt den
Satz in ihren Köpfen
und "spricht" es
dadurch aktiv aus.

BIS DASS DER UNS SCHEIDET

Er gehört zum Leben und doch hat
Österreich Angst über ihn zu sprechen.

Wir wollen das ändern – mit persönlicher
und empathischer Beratung.

.....

Die Copy löst die Headline auf und
kommuniziert Vertrauen, Nähe und
menschliche Begleitung.

Durch die Kampagnenmechanik schaffen wir Awareness für das Problem und zeigen, dass der Tod, auch wenn man ihn nicht anspricht, allgegenwärtig ist.

Die Sujets sind minimalistisch und plakativ. Wir reden (nicht) über das Thema und setzen darum gezielt eine Typo-Lösung ein und keine ablenkenden Bilder.

Wir machen neugierig – ohne zu schockieren, ohne generisch zu sein. Und ohne auch nur einmal das Wort Tod zu verwenden.

Wir greifen die größte Stärke des Unternehmens auf und machen sie zur Lösung des Problems. Die persönliche und einfühlsame Beratung von Benu hilft Österreicher:innen dabei, endlich über den Tod zu sprechen.

ANZEIGE

DATENSCHUTZ

RTL

GIBT
ES
EIN
LEBEN
NACH
DEM



Er gehört zum Leben und doch hat Österreich Angst über ihn zu sprechen.
Wir wollen das ändern – mit persönlicher und empathischer Beratung.

Benu.
BESTATTUNG
UND VORSORGE



BIS DASS DER UNS SCHEIDET

Er gehört zum Leben und doch hat Österreich Angst über ihn zu sprechen.

Wir wollen das ändern – mit persönlicher und empathischer Beratung.

Er gehört zum Leben und doch hat Österreich Angst über ihn zu sprechen.

Wir wollen das ändern – mit persönlicher und empathischer Beratung.

Benu.
BESTATTUNG
UND VORSORGE

KAMPAGNENWEITERFÜHRUNG

Neben den zwei Bannern, kann die Idee natürlich auch auf weiteren Medien und Kanälen ausgespielt werden.

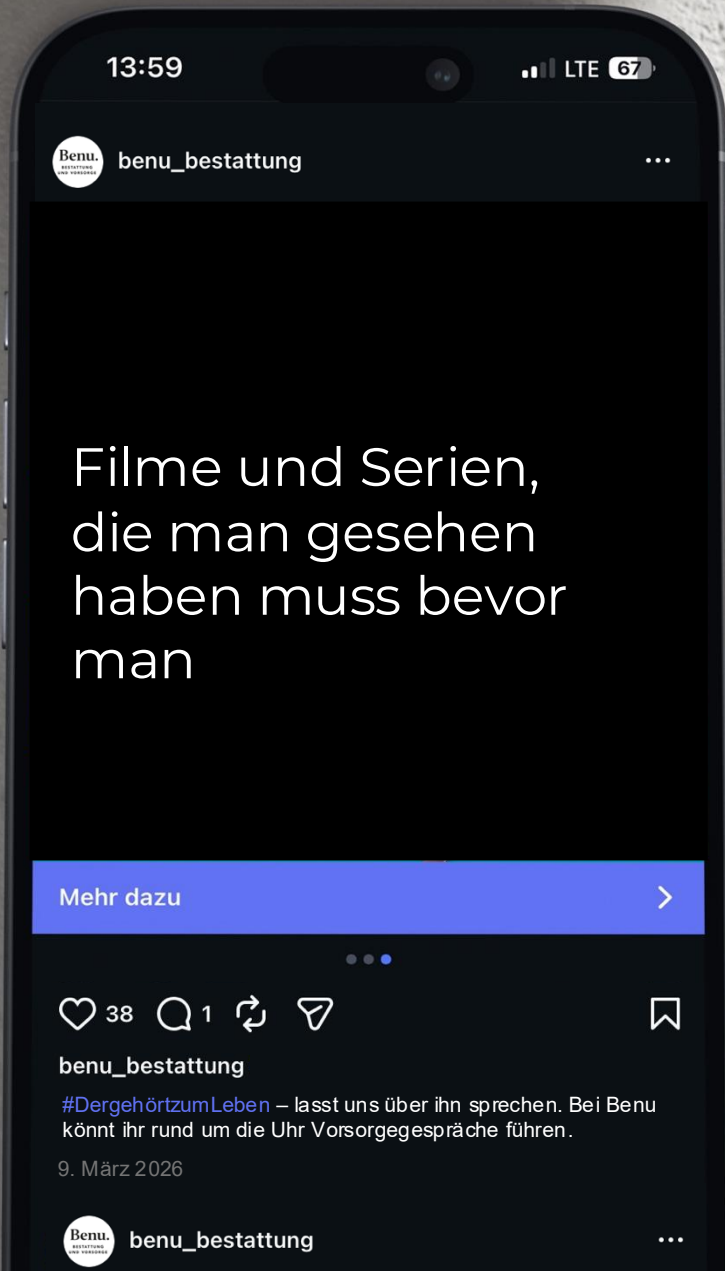
Benu.

Der [REDACTED] gehört
zum Leben

Zum Kampagnenlaunch
überkleben wir an den
Benu- Filialen das Wort
„Tod“.

BESTATTUNG
UND VORSORGE





- Spiel mir das Lied vom
- The Walking
- Club der Dichter
- langsam
- Harry Potter und die
- Heiligtümer des
- pool
- pool 2



Owned und paid Postings
für Social Media.

Contextual Targeting: Musik

**FÜR
DICH
WÜRD
ICH**

CARMEN

Benu.
BESTATTUNG
UND VORSORGE

**ICH
LANGWEILE
MICH
ZU**

Benu.
BESTATTUNG
UND VORSORGE

DOOH- / Digital-
Sujet

(Sprecher:) ... und wenn sie nicht , dann leben sie noch heute.

(Off:) Er gehört zum Leben und doch hat Österreich Angst über ihn zu sprechen. Wir wollen das ändern – mit persönlicher und empathischer Beratung.

(Abbinde:) **Benu – Bestattung und Vorsorge**

Hörfunk Digitalradio/Spotify

ROT-WEISS-ROT BIS IN DEN

Benu.
BESTATTUNG
UND VORSORGE

Contextual Targeting: Fußball

DOOH-/Digital-Sujet

**DIE
HOFFNUNG**

ZULETZT

Benu.
BESTATTUNG
UND VORSORGE

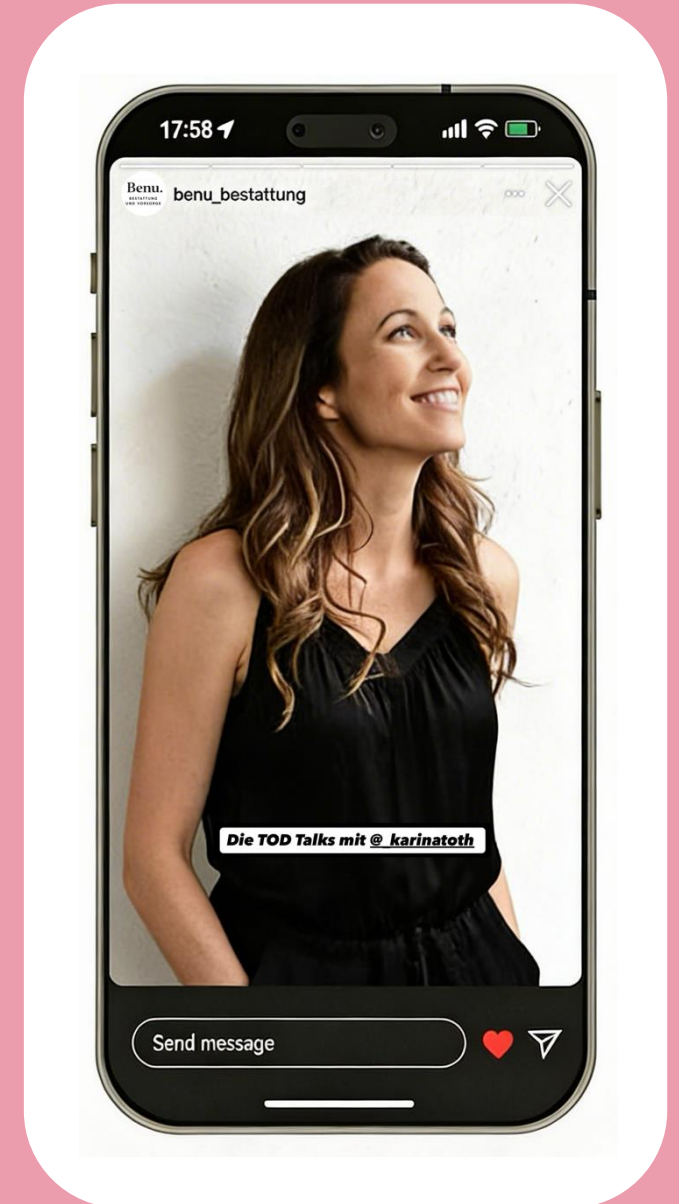
ÖSTERREICH NEWS

Karina Toth heißt ab jetzt Karina h.

Die Moderatorin möchte das Wort "tot" nicht mehr in ihrem Namen haben.

Wir kooperieren mit der österreichischen Moderatorin Karina Toth und machen sie zur ersten Deathfluencerin von Benu. Geführt wird die Kooperation von einem PR-Stunt, in dem sie Österreich mitteilt, dass sie ihren Namen geändert hat, weil darin das Wort „tot“ vorkommt.

Aufgelöst wird der Stunt mit der ersten Episode der Contentserie "TOD Talk" und ihrer neuen Rolle als Deathfluencerin. Damit wird eine neue Phase der Kampagne eingeläutet. Statt gar nicht über den Tod zu reden, wird jetzt offener denn je über ihn gesprochen.



Dank der Kampagne spricht Österreich endlich über den Tod. **Und über Benu.** Der Bestatter, der ihnen empathisch, menschlich und verlässlich zur Seite steht.

**YOUNG
LIONS
COMPETITION**

BENU

X

ANNA SRAMEK

X

CHIARA LACIC BRAMMER