

WEIL VORSORGE DIE HÖCHSTE FORM DER FÜRSORGE IST.

Die Herausforderung:

Der Bestattungsmarkt ist wenig markengetrieben, stark lokal und hoch emotional. Entscheidungen werden meist erst im Akutfall getroffen, unter Zeitdruck und auf Basis von Empfehlung statt Werbung.

Die Aufgabe:

Benu muss präsent sein, bevor der Bedarf entsteht, um im Ernstfall erinnert, statt gesucht zu werden.

Der zentrale Insight:

Bestattung folgt dem Prinzip von Word of Mouth: Gerade in Ausnahmesituationen orientieren sich Menschen an den Erfahrungen anderer, nicht an Werbung. Vorsorge wird deshalb nicht als nüchterne Planung wahrgenommen, sondern als bewusster Akt der Fürsorge für Angehörige. Früh geschaffene Klarheit reduziert Belastung, schafft Vertrauen und wird zur Grundlage für Weiterempfehlung.



Die Idee:

Benu übersetzt Vorsorge in ein starkes Symbol: Ein individueller Schlüssel. Dieser ist digital und real zugleich. Er ist 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. Der Schlüssel wird so zur konkreten Stütze für Angehörige, damit sie im Ernstfall nicht entscheiden müssen.

Die Mediastrategie:

Die Mediastrategie baut Präsenz vor dem Bedarf auf und aktiviert gezielt Word of Mouth. OOH, Print und Radio schaffen mentale Verfügbarkeit, Vertrauen und Wiedererkennung. Conversation Cards übersetzen Reichweite in echte Gespräche im sozialen Umfeld und machen Weiterempfehlung skalierbar. Creator verlängern diese Gespräche und normalisieren Vorsorge.