

Deutsche Familienversicherung vermarktet DFV-KlinikSchutz mit KI-basiertem Marketing

- Testsieger-Tarif: Mehrfach ausgezeichnete DFV-KlinikSchutz
- KI-Marketingkampagne: Neuartige Werbemittel
- Nutzung des KI-Dienst „Midjourney“: Erschaffung einer einzigartigen Bildwelt

Frankfurt am Main, 12. Oktober 2023 – Die DFV Deutsche Familienversicherung AG („Deutsche Familienversicherung“), der führende Direktversicherer aus Frankfurt, hat eine neuartige KI-basierte Marketingkampagne zur Vermarktung des ausgezeichneten DFV-KlinikSchutz gestartet. Dabei folgt auch die stationäre Krankenhauszusatzversicherung des Direktversicherers der „Alles drin“-Logik der 16er-Matrix.

„Wir kombinieren höchste Produktqualität mit einfach verständlichen Tarifen und Absicherungsmodellen die der Kunde online sofort versteht und digital, ohne Beratungsnotwendigkeit, abschließen kann. Zusätzlich sind wir im Bereich Marketing unserer Zeit voraus und nutzen modernste Wege der Vermarktung und Kommunikation. Die Verwendung KI-basierter Werbemittelerstellung zeigt unsere Vorreiterrolle im Bereich des Versicherungsmarketings.“, kommentiert Dr. Stefan Knoll, Vorsitzender des Vorstandes und Gründer der Deutschen Familienversicherung.

DFV-KlinikSchutz: Der Testsieger-Tarif

Die Deutsche Familienversicherung gehört zu den innovativsten Anbietern von Krankenzusatzversicherungen am Markt. Und so bietet die stationäre Krankenhauszusatzversicherung des digitalen Direktversicherers, der DFV-KlinikSchutz, eine Vielzahl an Leistungen an. Dazu zählen u.a. Chefarztbehandlung, Kostenübernahme bei einer Unterbringung im Ein- oder Zweibettzimmer, freie Krankenhauswahl und ein weltweiter Versicherungsschutz inkl. Auslandsrankenversicherung. Mit dem DFV-KlinikSchutz können sich gesetzlich Versicherte somit Leistungen eines Privatpatienten sichern. Und das ab dem ersten Tag des Abschlusses, da der Tarif keine Wartezeiten enthält. Mit diesen Leistungen gehört der DFV-KlinikSchutz durchgehend zu den besten Tarifen am Markt. So erhielt das Produkt beim aktuellen Stiftung Warentest-Rating die Note „sehr gut“ (0,8) und wurde auch vom DFSI Deutsches Finanz-Service Institut GmbH und Focus Money mit der Gesamtbewertung „hervorragend“ ausgezeichnet.

Neuartige KI-Marketingkampagne

Die Künstliche Intelligenz ergreift alle Bereiche der Versicherungsbranche und auch das Versicherungsmarketing wird davon erfasst. Das Marketing der Deutschen Familienversicherung setzt die digitale Ausrichtung konsequent fort und nutzt zur Vermarktung des DFV-KlinikSchutz erstmals den neuartigen KI-Dienst „Midjourney“. Dabei handelt es sich um eine Künstliche Intelligenz (KI), die in der Lage ist, KI-Kunst zu erschaffen. Das proprietäre Programm wurde von dem gleichnamigen Forschungsinstitut aus San Francisco, Kalifornien, USA, geschaffen. Das Marketing des digitalen Direktversicherers legt seinen Schwerpunkt bei der Verwendung der KI-basierten Bilderwelt und der Vermarktung des DFV-KlinikSchutz im Bereich von Social Media, u.a. auf Facebook, Instagram und TikTok. Einen ersten Eindruck von der Kampagne erhalten Sie hier.

Einzigartige KI-Bilderwelt durch Midjourney

Das Besondere der in der Kampagne verwendeten Bilderwelt ist die Tatsache, dass es diese durch die KI-basierte Erstellung nur einmal weltweit gibt. Begründet ist dies im Entstehungsprozess der Bilder. Diese werden durch einen sog. Prompt mit der KI-Software von Midjourney generiert. Unter einem Prompt versteht man eine Eingabeaufforderung, die verwendet wird, um einen Computer oder eine KI-Plattform zu instruieren, einen bestimmten Text zu generieren oder eine besondere Aufgabe zu erledigen. Die auf dieser Basis durch die Midjourney-KI erstellten Bilder sind nicht reproduzierbar, sondern werden einmalig und einzigartig durch den jeweiligen Prompt von der KI erstellt. Die Deutsche Familienversicherung nutzt die Kampagne zum DFV-KlinikSchutz um erste Erfahrungen in diesem Feld zu sammeln. Geplant ist diesen Weg der Werbemittelerstellung auch bei anderen Produkten fortzusetzen und weiteren Kampagnen zu verwenden. Erwartet werden positive Auswirkungen auf die Skalierbarkeit von Marketingkosten und Einzigartigkeit der Werbung in digitalen Medien, Social Media und Online-Vertrieb.

Ihr Ansprechpartner

Lutz Kiesewetter

Direktor Investor Relations & Public Relations

Tel.: +49 69 74 30 46 396

E-Mail: Lutz.Kiesewetter@deutsche-familienversicherung.de

Über die DFV Deutsche Familienversicherung AG

Die DFV Deutsche Familienversicherung AG (ISIN DE000A2NBVD5) ist ein führender Direktversicherer. Die DFV deckt als digitales Versicherungsunternehmen mit eigenen Produkten die komplette Wertschöpfungskette ab. Ziel des Direktversicherers ist es, Versicherungsprodukte anzubieten, die Menschen wirklich brauchen und sofort verstehen ("Einfach. Vernünftig."). Die DFV bietet ihren Kunden vielfach ausgezeichneten Krankenzusatzversicherungen (Zahn-, Kranken-, Pflegezusatzversicherung) sowie Unfall- und Sachversicherungen an. Auf Basis des hochmodernen und skalierbaren, in-house entwickelten IT-Systems setzt das Unternehmen mit durchweg digitalen Produktdesigns neue Maßstäbe in der Versicherungsbranche.

www.deutsche-familienversicherung.de