

Vertriebskommunikation  
für Banken und Versicherungen

**touchmore**

## **Berufsunfähigkeitsversicherung mit Augmented Reality erklärt, Absatz verdoppelt**

Kunde: Signal Iduna  
Bereich: Absicherung



# Die Ausgangssituation

---

Beim Stichwort „Versicherung“ fallen schnell die Augenlider zu.

Es geht um Geld, Gesetze und erklärungsbedürftige Lösungen für Probleme, die man lieber verdrängt.

Um so wichtiger, die Vorteile attraktiv zu präsentieren.



# Die Aufgabe

---

Der Vertrieb und die Makler der SIGNAL IDUNA sollen die Produktverbesserungen der neuen Einkommenschutz-Versicherung kennenlernen.

Die Kernaussage:

*„SI Work-Life – So individuell, wie ihr Leben.  
Für (finanzielle) Freiheit im Fall der Fälle.“*



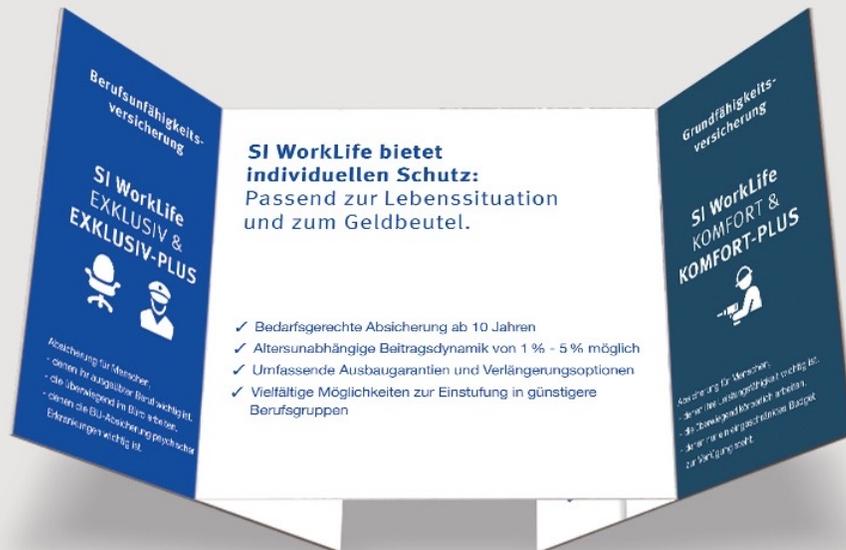
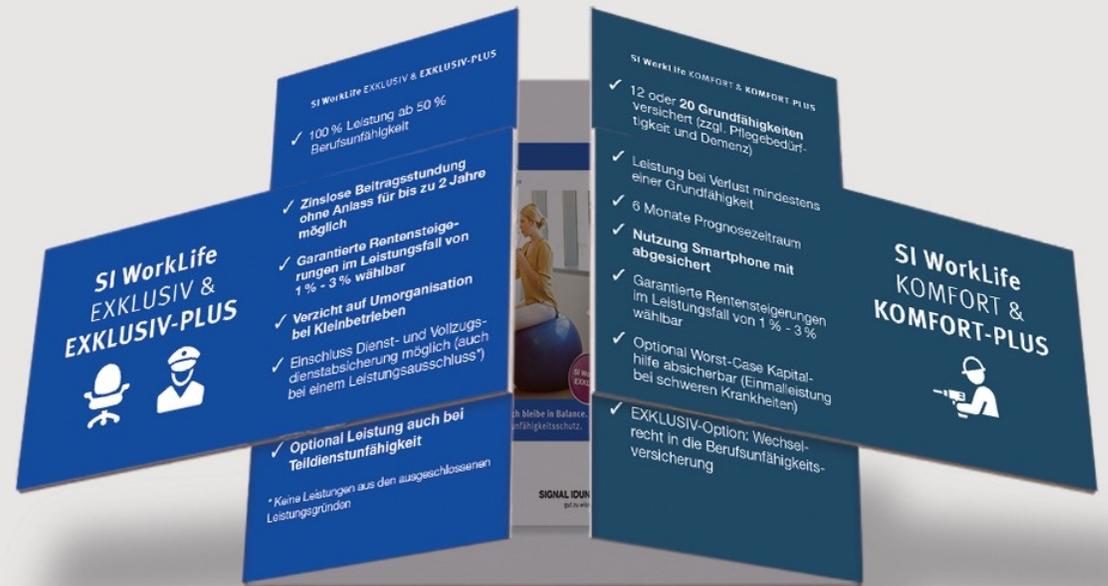
# Die Lösung

Eine Logoloop Endloskarte bringt Konzepte wie “Freiheit” und “Flexibilität”, „Neue Perspektiven“ durch die Faltbewegung in eine intuitiv erfahrbare Form.

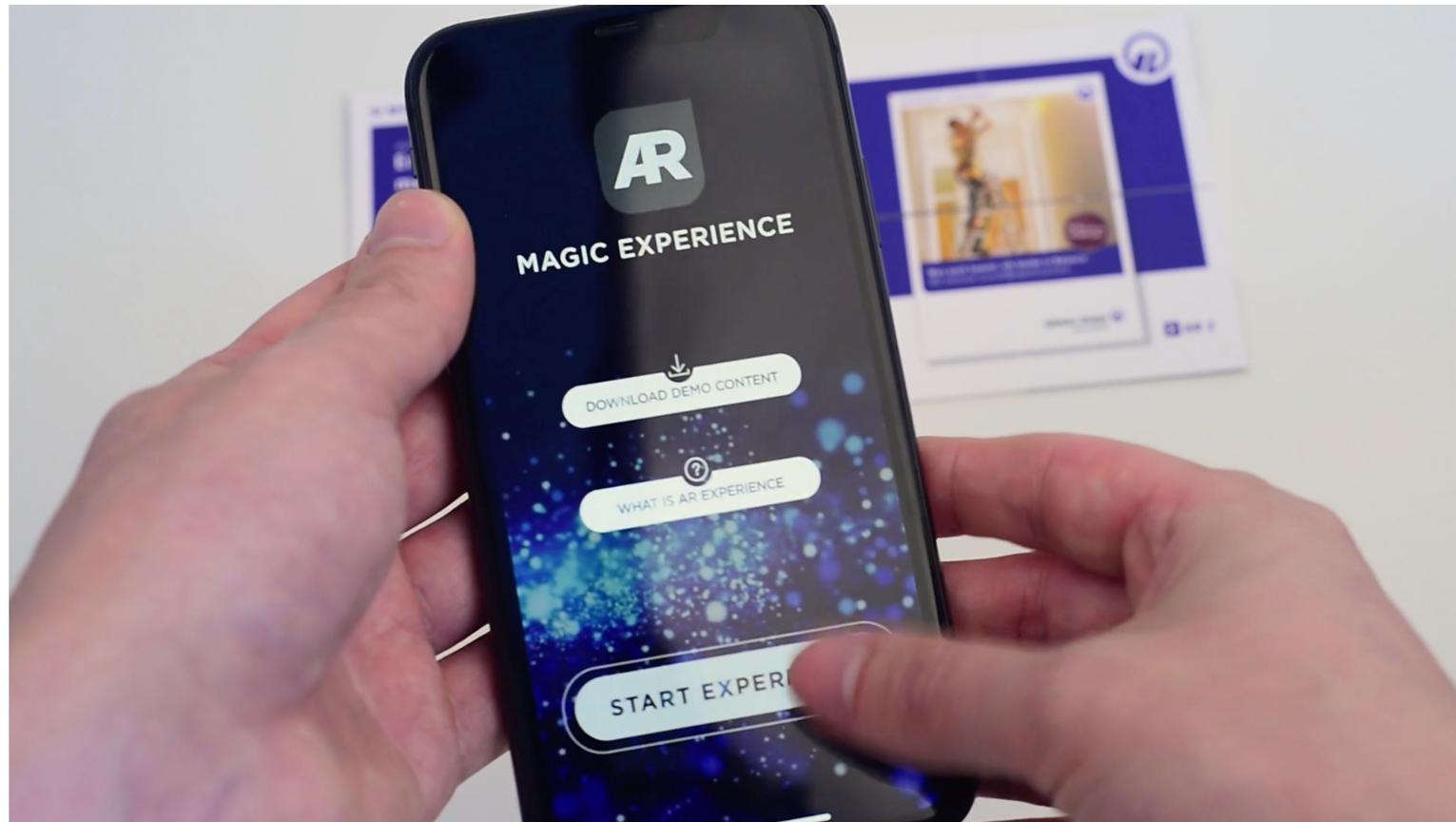
Die AR-Funktionalität sorgt dafür, dass sich der Vertrieb spielerisch mit dem Thema und den Leistungen auseinandersetzt und gerne damit beschäftigt.

Produkthighlights und Varianten werden somit spielerisch leicht vermittelt. Das gibt Sicherheit – auch im Umgang mit dem Kunden.





# Demofilm [\(zu Vimeo\)](#)



# Das Ergebnis

---

- Nach anfänglicher Skepsis einiger Makler machte sich durch die Erfahrungen im Kundenkontakt Begeisterung im Vertrieb breit.
- Innerhalb der ersten 6 Monate wurden doppelt so viele Versicherungen abgeschlossen wie im vergleichbaren Vorjahreszeitraum.
- Die Versicherungsmakler berichteten, dass Kunden nach der Präsentation auffallend selten über den Preis diskutieren.



# Feedback

---

*"Der Vertrieb war richtig begeistert und wir konnten den Absatz von Work-Life in 6 Monaten verdoppeln. Ein nahezu unglaubliches Ergebnis."*



**Detlef Tripp**

Abteilungsleiter Marketing Leben und Renten  
Signal Iduna

# Fühlbar mehr Wirkung



02191 - 98370



intouch@touchmore.de



www.touchmore.de



Link zu dieser [Case Study](#)