

Presseinformation

Münchener Verein baut seine Social Media-Präsenzen mit neuen Formaten aus

München, 22. Juli 2020 – Die Münchener Verein Versicherungsgruppe hat in ihren Social-Media-Präsenzen auf Facebook und Instagram neue, kreative Formate platziert. Die Follower und User können sich in wiederkehrenden Elementen regelmäßig über vielfältige Themen informieren, aus den Bereichen Gesundheit und dem Arbeitsalltag der Mitarbeiter*innen bis hin zu aktuellen Produkten des Münchener Vorsorge- und Pflegespezialisten vor dem Hintergrund seiner Kernzielgruppe Handwerk. Fotos, Links und Videos runden den neuen Stil ab.

An den Montagen werden die Corporate Influencer des Münchener Verein unter #MotivationMonday ein bestimmtes Team vorstellen. Was machen eigentlich ein Aktuar, ein Vertriebs- oder Personalmitarbeiter? Jede Woche kommt ein anderer Mitarbeiter zu Wort und berichtet aus seinem Arbeitsalltag.

In den Handwerksformaten wird mehrmals im Monat mithilfe von Erfahrungsberichten oder Videos aus dem Berufsalltag der Gewerke berichtet. Kurze Interviews für Facebook, Instagram und YouTube geben einen Einblick in die Arbeitswelt des Handwerks.

An jedem Freitag ist #ProductFriday, hier wird jeweils ein Produkt des Münchener Verein vorgestellt. Dieses wird als Linkposting zum Produkt aufgearbeitet. Die Zielgruppen sind hier sowohl Endverbraucher als auch Handwerker, Vermittler und Makler. Zu diesem allgemeinen Format gehört auch einmal pro Woche ein Blick in die Historie des Münchener Verein, der in zwei Jahren seinen 100. Geburtstag feiern wird. Ein Blick hinter die Kulissen des Traditionsunternehmens zeigt anhand von History-Check-Bildern und Archivaufnahmen die Meilensteine seiner Entwicklung auf.

Vertriebspartner und Makler bekommen in eigenen Formaten alle aktuellen Nachrichten rund um den Münchener Verein geboten. Unter dem Hashtag „Partnernetz“ werden in regelmäßigen Beiträgen viele Neuigkeiten rund um den Ausschließungsvertrieb publiziert. Im Format „News vom #maklernetz“ werden einmal in der Woche wesentliche Informationen aus dem Makler-Newsletter des Münchener Verein veröffentlicht. Linkpostings zu Fachmedien, Messe-Ankündigungen bieten der Zielgruppe der Makler wichtige Informationen.

„Mit unseren neuen Formaten wollen wir unsere Social-Media-Präsenzen, insbesondere auf Facebook und Instagram, noch lebendiger und zielgruppenfreundlicher gestalten“, betont Mansoer Weigert, verantwortlicher Abteilungsleiter im Münchener Verein. „Mit den neuen Inhalten können wir unseren Kunden und Vertriebspartnern noch besser veranschaulichen, wer wir sind und was von unseren Produkten erwartet werden kann. Dadurch werden wir als klassischer Versicherer authentischer und greifbarer.“

Zur Facebook-Seite des Münchner Verein: www.facebook.com/mv.versicherungsgruppe

Zur Instagram-Seite des Münchener Verein: www.instagram.com/muenchener.verein

Informationen zum Münchener Verein

Der Ursprung der Versicherungsgruppe wurzelt in der genossenschaftlichen Idee, eine wirtschaftliche Selbsthilfeeinrichtung für das Handwerk und Gewerbe zu schaffen. Den Anfang machte die Gründung der Münchener Verein Krankenversicherung a.G. als Versicherungsanstalt des Bayerischen Gewerbebundes 1922. Heute ist der Versicherungsverein auf Gegenseitigkeit mit seinen Tochtergesellschaften auch in der Lebensversicherung und Allgemeine Versicherung aktiv. Aktuelle Auszeichnungen des Unternehmens sind der

„Deutsche Servicepreis 2020“ sowie „Versicherer des Jahres 2019“ des Deutschen Instituts für Servicequalität (DISQ).

Weitere Informationen unter www.muenchener-verein.de

Abdruck honorarfrei.

Zeichen 2.757 (mit Leerzeichen)

Pressekontakt

Münchener Verein Versicherungsgruppe
Zentrale Unternehmenskoordination und Presse

Johannes Schuster M. A.

Pressesprecher

Pettenkofenstr. 19

80336 München

Tel: 089/51 52 1154

Fax: 089/51 52 3154

schuster.johannes@muenchener-verein.de

www.muenchener-verein.de