

## PRESSEMITTEILUNG

**Fin-Tech Startup schlägt Branche ins Gesicht:  
Altersvorsorge geht auch ohne Kostenklatsche.**

**Entgegen dem scheinbaren Zwang von Feel-Good-Werbung  
in der Finanz- und Versicherungsbranche setzt die  
VorsorgeKampagne auf Aufklärung.**

München, 17. August 2015. Versicherungswerbung muss nicht dröge sein. Erst Recht nicht, wenn sie auf Missstände aufmerksam macht. Die Kostenklatsche Kampagne startet heute in den Social Media Kanälen.

Mehrere Clips zeigen einen jungen Mann in vermeintlich alltäglichen Situationen (beim Metzger, in einer Bar, bei einem Friseur, beim Zeitungskauf) und bei einem Beratungsgespräch. Als er zahlen will, kommt die böse Überraschung: das Produkt oder die Dienstleistung ist völlig überteuert. Ein 0,33er Bier für 50 Euro! Der junge Mann kassiert Mal eine schallende Ohrfeige, die so genannte Kostenklatsche.

Was in den alltäglichen Situationen unwahrscheinlich ist, ist beim Beratungsgespräch Realität. Die Kosten werden dem Verbraucher nicht explizit mitgeteilt. Wenn er Jahre später merkt, wie viel ihn die Vermittlung gekostet hat, folgt die Kostenklatsche. Die Kampagne macht auf den Missstand aufmerksam und bietet eine Alternative: "Provisionsfreie Altersvorsorge. Ohne Kostenklatsche."

Im Clip wird der Verbraucher ins Gesicht geschlagen, dabei zielt der Schlag ins Gesicht auf die Branche ab. Denn die Werbebotschaft "Hohe Kosten, nicht mit uns!" passt so gar nicht zu der herkömmlichen Kommunikation des Finanzsektors.

VorsorgeKampagne ist Deutschlands erstes Vergleichsportal für provisionsfreie Altersvorsorgeprodukte und eine Marke der i-finance GmbH, ein junges, unabhängiges Fin-Tech Unternehmen aus München.

Das Unternehmen hat sich darauf spezialisiert, komplexe Finanzthemen für die Verbraucher einfach und transparent zu gestalten.

Durch unabhängige Produktvergleiche unterschiedlicher Versicherungsanbieter legt das Unternehmen die Kosten und Provisionen von Altersvorsorgeprodukten offen.

Es ermöglicht allen Verbrauchern den Zugang zu Honorartarifen, bei denen keine teuren Vertriebsprovisionen anfallen.

Das Unternehmen konnte seinen Kunden so bereits über 1 Mio. Euro an Provisionen und Verwaltungskosten für Vorsorgeprodukte einsparen.

**Weitere Informationen erhalten Sie bei:**

Juliane Husemann  
Corporate Communications  
i-finance GmbH  
Beichstr. 5  
80802 München  
www.vorsorgekampagne.de

Email [j.husemann@i-fin.de](mailto:j.husemann@i-fin.de)  
Tel. 089 – 890 567 05