

Ratgeberzentrale: Mit Servicethemen im Netz punkten

21.05.2010, 08:15 | Medien & Telekommunikation

Pressemitteilung von: *deutsche journalisten dienste GmbH*



Die Ergo Direkt Versicherungen setzten auf djd, um ihren neuen Namen im Internet bekannt zu machen.

Neuer Etatgewinn: djd kommuniziert online für die Ergo Direkt Versicherungen

Reichenberg, im Mai 2010. Nachdem die Ergo Direkt Versicherungen bereits ihren Etat für die klassische Pressearbeit in Publikumsmedien an die deutsche journalisten dienste GmbH (djd) vergeben haben, wird der fränkische Kommunikationsspezialist nun auch online für den größten deutschen Direktversicherer aktiv. Ziel ist es, den neuen Markennamen der Ergo Direkt Versicherungen (vormals KarstadtQuelle Versicherungen) auch via Internet in möglichst kurzer Zeit so bekannt wie möglich zu machen. Dabei setzt djd nicht nur auf eine herkömmliche Push-Strategie zur Verbreitung der vielfältigen Servicethemen rund um den Direktversicherer. Zentrales Element der Kampagne ist vielmehr das rundum erneuerte Verbraucherportal www.ratgeberzentrale.de. Dort sollen User auf der Suche nach nützlichen Informationen im Internet landen; dort laufen zahlreiche Fäden der crossmedialen Aktivitäten zusammen, die djd für die Ergo Direkt Versicherungen realisiert.

Eine Fülle von verbrauchergerechten Artikeln, Themenseiten, Videoratgebern, Web- und Podcasts soll die User dauerhaft an die Ratgeberzentrale binden. Ein Team von vier Redakteuren sorgt laufend für frischen Inhalt und bereitet Informationen aus der „Offline-Welt“ webgerecht auf. Den spektakulären Anfang machte eine Lesertelefonaktion für Zeitungen und Zeitschriften zum Thema Mundgeruch: 22 Print- und Onlineredaktionen mit einer Reichweite von mehr als 34 Millionen Lesern/Usern machten mit. Die Antworten der Experten auf die interessantesten Fragen der Anrufer stehen als Webcasts übersichtlich aufbereitet unter dem Link www.ratgeberzentrale.de/expertenvideos/thema-mundgeruch.html zur Verfügung. Die Online-Offensive der Ratgeberzentrale wird durch eine Präsenz auf den angesagten Echtzeit-Tools Twitter, Facebook und Youtube abgerundet. „Die Ratgeberzentrale ist auf dem besten Wege, das Verbraucherportal im Netz zu werden“, spricht djd Geschäftsführer Uwe Still.

Portrait

djd ist der führende Pressedienst für Verbraucherthemen. Täglich erscheinen in deutschen Zeitungen und Zeitschriften mehr als 150 Artikel mit seinem Absender, die Millionen von Verbrauchern erreichen. Jährlich dokumentiert djf seinen Kunden aus Wirtschaft, Verbänden und Agenturen eine Auflage von über vier Milliarden Exemplaren.

News-ID: 430812 • Views: 151 (Stand: 13.10.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/430812/Ratgeberzentrale-Mit-Servicethemen-im-Netz-punkten.html>