

Pressemeldung

Spenden von Community Life gehen an DKMS und SOS Kinderdorf

Knapp ein Drittel der Online Community stimmte für den „Härtefalltopf“

Kelkheim, 1. März 2017 – Versicherungen dienen der solidarischen Gemeinschaft – dieser ursprüngliche Gedanke vom Sinn und Zweck von Versicherungen aus dem 17. Jahrhundert ist heute moderner denn je. Der Online-Versicherungsanbieter [Community Life](#) hat dies seit seiner Gründung vor zwei Jahren zum Kern des Geschäftsmodells gemacht. Seine Community bildet den Grundstein des InsurTech-Start-ups.

Auch in diesem Jahr konnten die Kunden darüber abstimmen, an welche gemeinnützige Organisation ein Teil der Einnahmen in Höhe von insgesamt 5.000 Euro gespendet wird. Hunderte Kunden beteiligten sich an der Abstimmung. Das Geld kommt in diesem Fall mehreren Organisationen zugute. Die Community hat entschieden, dass der Großteil des gespendeten Geldes an die DKMS gGmbH (ehemals Deutsche Knochenmarkspenderdatei) geht, dicht gefolgt vom SOS Kinderdorf e.V. Mehr als 38 Prozent der Online-Community entschied sich für eine Spende zugunsten der DKMS, für das SOS-Kinderdorf votierten mehr als 31 Prozent. Community Life zeigt mit der Spendenaktion, dass seine Community ein Mitspracherecht hat.

Der Gedanke der Community

Der Rest der Einnahmen fließt außerdem zurück an die Community. Die Kunden haben sich in der Abstimmung neben den gemeinnützigen Organisationen mit einem Anteil von etwas mehr als 30 Prozent für den „Härtefalltopf“ von Community Life entschieden. Kann in einem Härtefall der Versicherungsbeitrag nicht gezahlt werden, steht der Topf als mögliche Unterstützung zur Verfügung. Besonders in dieser Wahl spiegelt sich der Grundgedanke von Community Life wider: „Die Community ist für dich da und hilft dir.“

Zwei Jahre auf dem Markt

Die Spendenaktion von Community Life fällt in den gleichen Zeitraum wie der Geburtstag des InsurTech-Start-ups. Seit zwei Jahren arbeitet das Team von Community Life mittlerweile daran, Versicherung online transparenter und einfacher zu gestalten – immer mit dem Rückenwind der Community.

Bildmaterial (hochauflösend)

Porträt von Dr. Claudia Lang, Geschäftsführerin Community Life, zum Download:

<http://bit.ly/2laXHdv>

Logo Community Life zum Download:

<http://bit.ly/2kN3KnD>

Pressemappe Community Life zum Download:

<http://bit.ly/2aTMo75>

(Credits: Community Life)

Über Community Life

Community Life ist ein Start-up, das sich zum Ziel gesetzt hat, Versicherung einfach zu machen. Fair, transparent und social – das ist das Prinzip, nach dem das internetbasierte Unternehmen Absicherungslösungen und Services für Kunden entwickelt. Das Portal ist seit Februar 2015 unter <http://www.communitylife.de> erreichbar. Der Tarif Community Life Protect wurde vom Magazin "ÖKO-TEST" im August 2015 als "absoluter Sieger" im Risikolebensversicherungs-Test ermittelt.

Community Life bietet Versicherungen für alle, die ihre Absicherung selbst in die Hand nehmen wollen. Herzstück ist eine Online-Community, in der Verbraucher sich einfach über Lebensversicherungen informieren und gegenseitig austauschen können. Es besteht die Möglichkeit, Versicherungslösungen direkt abzuschließen und eigenständig zu verwalten. Alle Unterlagen stehen rund um die Uhr digital zur Verfügung. Wer möchte, kann sich telefonisch, per Live-Chat oder E-Mail qualifiziert beraten lassen.

Community Life ist als Versicherungsvermittler registriert. Gründer sind Dr. Claudia Lang und Stefan Keck, die über 20 Jahre Erfahrung im Management deutscher und internationaler Lebensversicherer vorweisen. Gemeinsam mit einem Team von rund zwanzig Versicherungsexperten arbeiten sie daran, Versicherung zu verändern.

Weitere Informationen finden Sie im Community Life-Blog unter <http://www.communitylife.de/blog/>.

Pressekontakt

Agentur Frau Wenk +++
Tel.: +49 40 32 90 47 38 - 0
communitylife@frauwenk.de