ROLAND
RECHTSSCHUTZ

Media Kit zur Unterstützung Ihres Vertriebs

ÜBERSICHT

1. Einleitung
2. Zeitliche/räumliche Nutzung
3. Image: Kundenvertrauen stärken
4. Vertrieb: Verkaufschancen nutzen
5. How-to-Guide
6. FAQs

Einleitung

SOCIAL-MEDIA-PLATTFORMEN

Das Media Kit unterstützt Sie dabei, das Kundenvertrauen zu stärken und Verkaufschancen zu nutzen. Die Materialien sind so vorbereitet, dass sie auf den **Social-Media-Plattformen** Facebook, Instagram, WhatsApp, TikTok und LinkedIn optimal wirken.
Sie können die Inhalte einfach wie vorgesehen hochladen. So stellen Sie sicher, dass Ihre Beiträge überall **ideal dargestellt** werden und die **bestmögliche Wirkung** erzielen.

SOCIAL-MEDIA-PLATTFORMEN

Meta

TikTok

LinkedIn

Dazu gehören

facebook Instagram WhatsApp

Zeitliche & räumliche Nutzung

ZEITLICHE NUTZUNG

Die Inhalte des Media Kits stehen Ihnen **ab Oktober 2025 unbegrenzt** zur Verfügung. Falls Sie die Inhalte nicht mehr nutzen dürfen, teilt Ihnen ROLAND Rechtsschutz dies frühzeitig mit. Bitte beachten Sie, dass Aktualisierungen des Kits während der Laufzeit erfolgen können – Sie werden darüber rechtzeitig informiert.

RÄUMLICHE NUTZUNG

Bitte beachten Sie die **räumlichen Nutzungsrechte** der bereitgestellten Medien: Diese sind ausschließlich für den Einsatz in **Deutschland** lizenziert. Eine Nutzung in anderen Märkten oder Regionen erfordert eine separate Lizenzierung und Freigabe durch ROLAND Rechtsschutz.

Image: Kundenvertrauen stärken

LEITIDEE IMAGE-MEDIEN

Rechtsschutz kann mehr als Anwalts- und Gerichtskosten übernehmen. Die **Image-Medien** zeigen Ihren Kund:innen diesen Mehrwert: Mit ROLAND Rechtsschutz als verlässlichen **Konfliktlöser** im Alltag – von lauten Nachbar:innen bis zu stressigen Diskussionen im Büro. Die Medien greifen emotionale Alltagskonflikte und **Problemsituationen der Zielgruppe** auf. Damit zeigen Sie Verständnis und dass Sie einen Partner haben, der Gelassenheit und Sicherheit in diesen herausfordernden Situationen vermittelt: ROLAND.

PHASE 1: IMAGE / PHASE 2: PROBLEMSITUATIONEN

Bei den Image-Medien gibt es zudem **2 Phasen:**
Phase 1 = Image, allgemein Vertrauen stärken
Phase 2 = Problemsituationen, konkrete Zielgruppenprobleme aufgreifen

Für beide Phasen haben wir für Sie Materialien vorgesehen, die Sie individuell in Ihre Kommunikation mit einbeziehen können.

Phase 1

Phase 2





Phase 1: Image

UNTERSCHEIDUNG ZIELGRUPPEN / BILD-TEXT

In der Phase 1 unterscheiden wir zwischen Medien für **verschiedene Zielgruppen** als Bild oder Textvariante. Dabei handelt es sich stets um **Einzelpostings** – keine Karussells (ein Beitrag mit mehreren Bildern). Dazugehörige Texte stellen wir ebenfalls zur Verfügung.

Zusätzlich gibt es zu den statischen Inhalten auch **ein Erklärvideo**, welches Sie in Ihre Kommunikation mit aufnehmen können.

UNTERSCHEIDUNG ZIELGRUPPEN BILD- UND TEXTMOTIVE



Zielgruppe / Bild

→ zu erkennen an Foto & Benennung der Dateiendung



Zielgruppe / Text

→ zu erkennen an Text-Visual & Benennung der Dateiendung

BILDMOTIVE IMAGE PHASE 1

Die hier aufgezeigten Bildmotive stehen im Media Kit als **4:5- und 9:16-Format** zum Download als **statischer Post** bereit.



Zielgruppe Familie



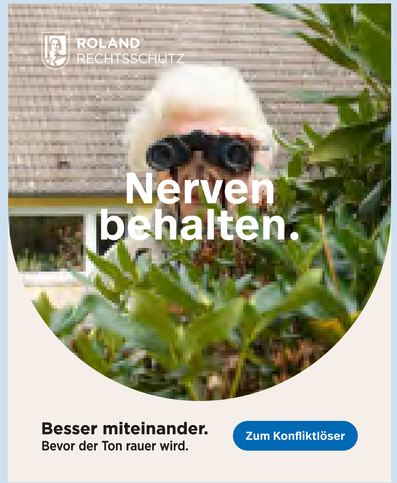
Zielgruppe Berufsanfänger:innen



Zielgruppe Berufstätige



Zielgruppe Selbstständige



Zielgruppe Rentner:innen

TEXTMOTIVE IMAGE PHASE 1

Die hier aufgezeigten Textmotive stehen im Media Kit als **4:5- und 9:16-Format** zum Download als **statischer Post** bereit.



Zielgruppe Familie



Zielgruppe Berufsanfänger:innen



Zielgruppe Berufstätige



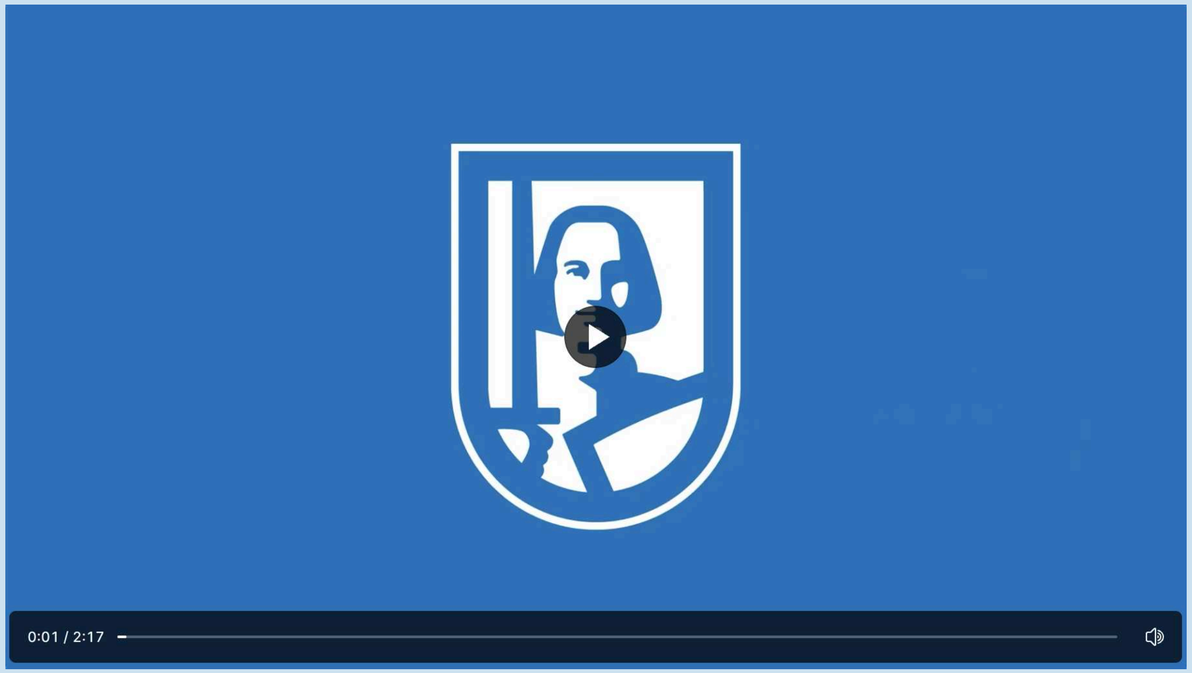
Zielgruppe Selbstständige



Zielgruppe Rentner:innen

ERKLÄRVIDEO IMAGE PHASE 1

Zusätzlich stellen wir Ihnen unser **Erklärvideo** ebenfalls als **Querformat** (mit Untertiteln) zur Verfügung.
Nutzen Sie das Querformat für Standard-Posts – nicht aber für Storys oder Reels.



Phase 2: Problemsituationen

Bei den Image-Medien der Phase 2 unterscheiden wir zwischen Materialien für **verschiedene Zielgruppen** sowie für **spezifische Branchen.** Diese sind visuell unterteilt in **Bild- und Text-Materialien** und als **Karussells** vorgesehen (außer Story). Dazugehörige Texte stellen wir ebenfalls zur Verfügung.

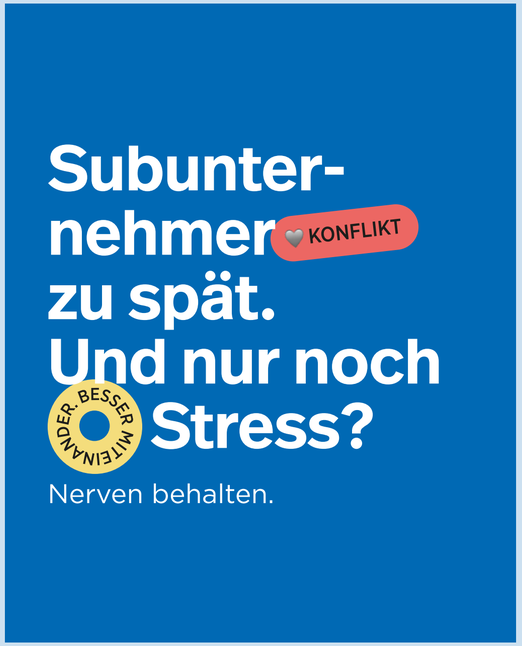
Zusätzlich gibt es zu den statischen Inhalten auch **Animationen**, welche Sie in Ihre Kommunikation mit aufnehmen können.

UNTERSCHEIDUNG ZIELGRUPPEN / BRANCHEN



Zielgruppe / Bild Problemsituation

→ zu erkennen an Foto & Benennung der Dateiendung



Branchenspezifisch / Text

Problemsituation

→ zu erkennen an Text-Visual & Benennung der Dateiendung

TEXTMOTIVE IMAGE PHASE 2

Die hier aufgezeigten **Bildmotive sind zielgruppenspezifisch** angelegt und nehmen eine Problemsituation dieser Personengruppe auf.
Die Motive werden immer als **Karussell** in den Formaten 4:5 und 9:16 zur Verfügung gestellt.



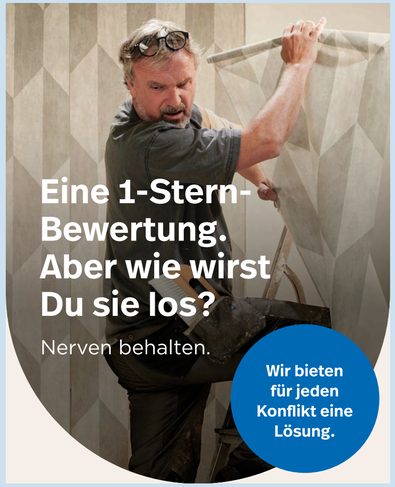
Zielgruppe Familie



Zielgruppe Berufsanfänger:innen



Zielgruppe Berufstätige



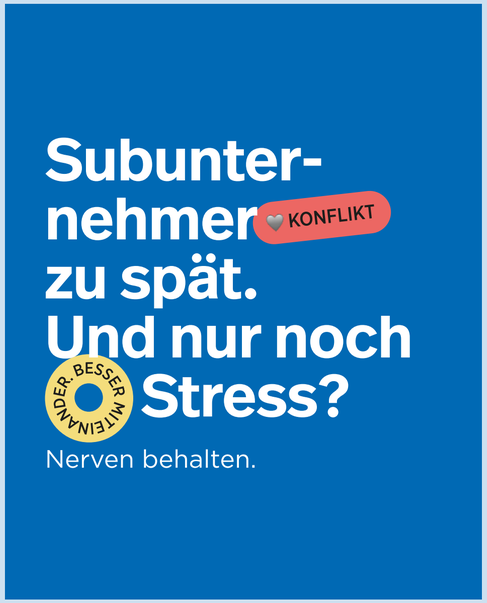
Zielgruppe Selbstständige



Zielgruppe Rentner:innen

TEXTMOTIVE IMAGE PHASE 2

Die hier aufgezeigten **Textmotive sind branchenspezifisch** angelegt und nehmen eine Problemsituation dieser Berufsgruppen auf.
Die Motive werden immer als **Karussell** in den Formaten 4:5 und 9:16 zur Verfügung gestellt.



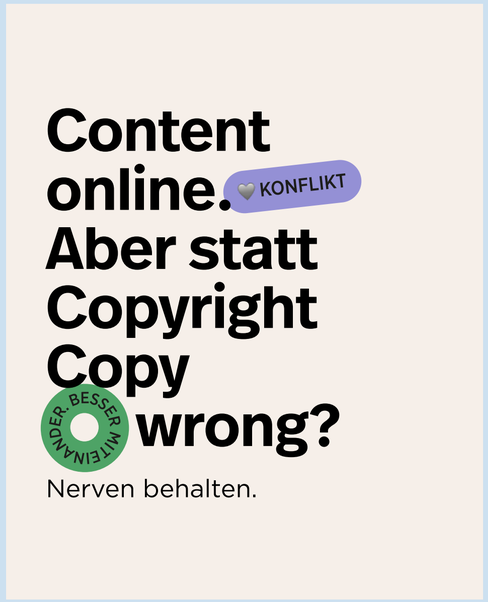
Logistikunternehmer:innen



Physiotherapeut:innen



Softwareentwickler:innen



Medienbranche

Vertrieb: Verkaufschancen nutzen

LEITIDEE VERTRIEB: EINFACH FÜR ALLE.

Die **Vertrieb-Medien** unterstützen Sie im Verkaufsalltag bei den typischen Herausforderungen: Statt komplexer Produkte und unkonkreter Argumente zeigen Sie Ihren Gewerbekunden und Privatkund:innen Verständnis für Ihre **Problemsituationen** und verbinden diese direkt mit den **passenden Angeboten** von ROLAND Rechtsschutz. Einfach für alle. Auch für Sie: Mit ROLAND Rechtsschutz führen Sie Ihre Beratungen einfacher und erzielen erfolgreicher Abschlüsse.

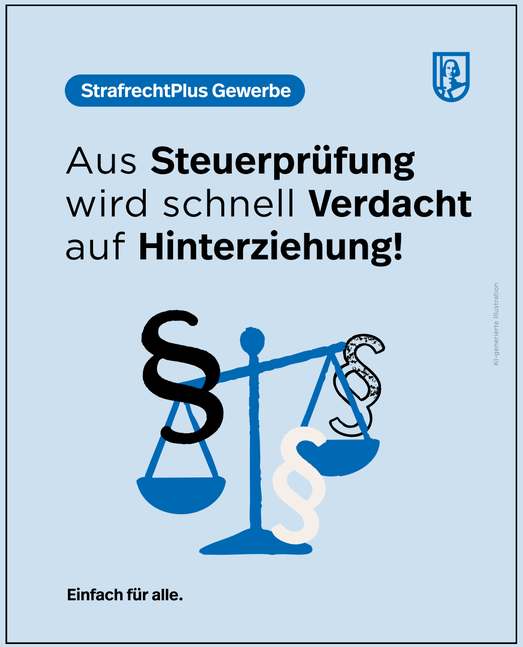
UNTERSCHEIDUNG PRIVAT / GEWERBE / ALLGEMEIN

Bei den Vertrieb-Medien unterscheiden wir zwischen Materialien für die Zielgruppen **Privatkund:innen, Gewerbekunden und Allgemein**. Die unterschiedlichen **Hintergrundfarben** in Hellblau, Beige und Dunkelblau helfen Ihnen dabei, die Inhalte besser auseinanderzuhalten.

Zusätzlich gibt es auch **Videos**, welche Sie in Ihre Kommunikation mit aufnehmen können.


9:41
rolandsvertriebspartner
Vertrag
Vertrag geplatzt!
Und wer bleibt auf
den Kosten sitzen?
Einfach für alle.
2.726 likes
rolandsvertriebspartner Instagram is a popular
photo and ...more
Kostenlos downloaden & einfach mehr Schutz anbieten
5 Fragen
neuen ROLAND-
Tarif
Kurz erklärt.
Direkt verlinkt
Einfach für al
Haftpflicht
oder
Rechtsschu
wer schüt
eigentlich
wen?
KI-generierte Illustration

UNTERSCHEIDUNG PRIVAT / GEWERBE



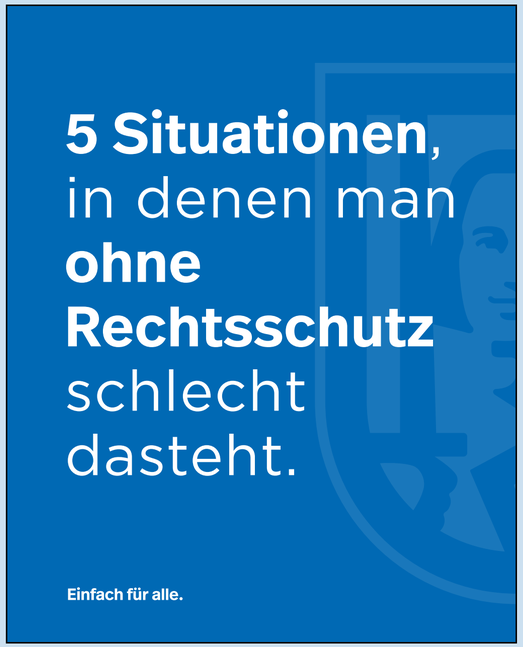
Gewerbekunden

→ zu erkennen am hellblauen Hintergrund



Privatkund:innen

→ zu erkennen am beigen Hintergrund



Allgemein

→ zu erkennen am dunkelblauen Hintergrund

UNTERSCHEIDUNG PRIVAT / GEWERBE

Jeder Baustein – ob für Privatkund:inenn oder Gewerbekunden – wird in zugehörigen Medien erläutert. In Form eines **Karussells** für Instagram (mehrere einzelne Bilder) und einem **Video** für Facebook/LinkedIn (eine animierte Slideshow der einzelnen Bilder).



Gewerbekunden

→ zu erkennen an eckigen Icons



Privatkund:innen

→ zu erkennen an runden Icons

UNTERSCHEIDUNG PRIVAT / GEWERBE

So kann ein **Karussell** für Instagram (mehrere einzelne Bilder) oder ein **Video** für Facebook/LinkedIn (eine animierte Slideshow der einzelnen Bilder) bspw. für einen Privatkund:innen-Baustein aussehen.
Vom Einstieg geht es hier direkt zum passenden Produkt und zur konkreten Hilfestellung.*



*Es handelt sich dabei um die gleichen Darstellungen, sie unterscheiden sich im Format, um sie auf der jeweiligen Plattform nutzen zu können.

How-to-Guide

SCHRITT 1: VORBEREITUNG

Laden Sie den von ROLAND Rechtsschutz zur Verfügung gestellten **Media-Kit-Ordner** mit allen **Materialien** herunter. Prüfen Sie anschließend, welche Inhalte am besten zu Ihrer Zielgruppe und Ihren Kanälen passen.

SCHRITT 2: PLATTFORM-AUSWAHL

Wählen Sie die **Social-Media-Plattform(en)** aus, die Sie ohnehin schon nutzen. Das kann Facebook, Instagram, WhatsApp, TikTok oder LinkedIn sein. Stellen Sie sicher, dass Sie für die Plattformen die passenden Medien nutzen.

Eine kurze **Übersicht** als Tabelle stellen wir Ihnen im Folgenden zur Verfügung.

facebook Instagram WhatsApp TikTok LinkedIn

SCHRITT 2: PLATTFORM-AUSWAHL

Die Übersicht veranschaulicht, welche **Medienformate** (z. B. Einzelbilder, Karussells, Videos) je Plattform für die Kommunikation eingesetzt werden können.

MEDIEN	ZIELGRUPPEN	facebook	Instagram	WhatsApp	TikTok	LinkedIn
Image: Phase 1 Image	Familie, Berufsanfänger:innen, Berufstätige, Selbstständige, Rentner:innen	Einzelposts je Zielgruppe: Feed → 4:5 Story → 9:16 Erklärvideo: Feed → 16:9 (mit Untertiteln)	Einzelposts je Zielgruppe: Feed → 4:5 Story → 9:16 Erklärvideo: Feed → 16:9 (mit Untertiteln)	Medien können direkt geteilt werden, statisch oder animiert: Post/Nachricht → 4:5 Status-Updates → 9:16	Einzelposts je Zielgruppe: Feed → 9:16 (mit Musik hinterlegen zum Ausspielen) Erklärvideo: Feed → 16:9 (mit Untertiteln) Achtung: Letzteres ist möglich, aber nicht empfohlen, da das Format nicht kanalgerecht ist.	Einzelposts je Zielgruppe: Feed → 4:5 Erklärvideo: Feed → 16:9 (mit Untertiteln)
Image: Phase 2 Problemsituation	Familie, Berufsanfänger:innen, Berufstätige, Selbstständige, Rentner:innen, Logistikunternehmer:innen, Physiotherapeut:innen, Softwareentwickler:innen, Medienbranche	Einzelposts je Zielgruppe: Feed → 1:1 Feed → 4:5 Story → 9:16 Karussells je Zielgruppe: Feed → 1:1	Karussells je Zielgruppe: Feed → 4:5 Story → 9:16	Medien können direkt geteilt werden: Post/Nachricht → 4:5 Status-Updates → 9:16	Karussells je Zielgruppe: Feed → 9:16 (mit Musik hinterlegen zum Ausspielen)	Einzelposts (1. Bild der Karussells) je Zielgruppe
Vertrieb: Verkaufs-chancen nutzen	Gewerbekunden, Privatkund:innen, allgemein	Animierte Slideshows je Zielgruppe: Feed → 4:5 Erklärvideos zu verschiedenen Themen/Zielgruppen: Reels/Story → 9:16	Animierte Slideshows (Bewegtbild) je Zielgruppe: Im Feed → 4:5 Statische Karussells je Zielgruppe: Im Feed → 4:5 Erklärvideos zu verschiedenen Themen/Zielgruppen: Als Reels/Story → 9:16	Medien können direkt geteilt werden, statisch oder animiert: Post/Nachricht → 4:5 Status-Updates → 9:16	Erklärvideos zu verschiedenen Themen/Zielgruppen: Feed → 9:16	Animierte Slideshows je Zielgruppe: Feed → 4:5

Diese Angaben gelten für das organische Posten auf den jeweiligen Plattformen.

SCHRITT 3: MEDIEN-AUSWAHL

Wählen Sie nun das für Sie passende **Material** aus.
Ganz gleich, ob ein Beitrag mit einem Bild, mit mehreren Bildern als Karussell oder eine Story. Machen Sie sich Gedanken dazu, was Ihre Zielgruppe gerade braucht oder aber, worauf Sie in Ihrem Vertrieb den Fokus setzen wollen.
Bitte verändern Sie bei den Medien nicht Farbe, Form, Format etc. und wechseln Sie nicht das Logo.



Wählen Sie das für Ihre Zwecke passende Visual aus.



Verändern Sie nicht die Farben, Formen oder das Format der Medien.
Ersetzen oder tauschen Sie das Logo nicht gegen eine andere Version aus.
Fügen Sie keine zusätzlichen grafischen Elemente hinzu, die nicht Teil des Originals sind.

SCHRITT 4: TEXT ZU MEDIEN

Ihnen stehen für jedes Medium (ob Bild oder Video) jeweils passende **Beschreibungstexte** zur Verfügung. Alle Texte sind so konzipiert, dass sie den Beschreibungstext ganz einfach dem passenden Medium zuordnen können.

Sie finden in den jeweiligen Ordnern der Medien eine **Textdatei**, aus der Sie den Text kopieren können.
Leichte **Anpassungen** auf Ihre Tonalität sind hier durchaus gestattet, wenn Sie das möchten.

FAQs

Kann ich die Inhalte für andere Plattformen als die vorgegebenen verwenden?

Die Nutzung der Inhalte ist primär für Meta (Facebook und Instagram), TikTok und LinkedIn optimiert. Eine Verwendung auf anderen Plattformen sollte vorab mit ROLAND Rechtsschutz abgestimmt werden.

Muss ich die vorgegebenen Texte 1:1 übernehmen?

Nein, die Texte können an Ihre Tonalität angepasst werden. Wichtig ist, dass die zentrale Botschaft jedoch erhalten bleibt. Um es Ihnen aber einfacher zu machen, können Sie gerne die Texte aus unseren Vorlagen kopieren.

Darf ich die Bild/Video-Inhalte modifizieren?

Nein, eine Modifizierung der Inhalte ist nicht erlaubt. Ändern Sie keine Fotos, Videos oder Logos ab, sondern nutzen Sie die von uns zur Verfügung gestellten Materialien stets wie vorgegeben.

Kann ich eigene Inhalte erstellen, die zu den Medien des Media Kits passen?

Nein, alles sollte im Einklang mit den Richtlinien von ROLAND Rechtsschutz stehen.
Die Erstellung eigener Materialien ist nicht erlaubt.

Kann ich die Posts, Storys etc. auch bewerben?

Natürlich – Sie können die Beiträge organisch posten oder aber auch bewerben, um eine größere Reichweite zu erzielen. Achten Sie dabei auf die Anzeigen-Spezifikationen der jeweiligen Plattform.

Wo finde ich weiterführende Informationen für Interessent:innen/Kund:innen?

Weiterführende Informationen zu unseren Konfliktlösungen finden Sie auf der Landingpage – nutzen Sie diese Inhalte gerne für Ihren Internetauftritt:
https://www.roland-rechtsschutz.de/service/besser-miteinander/

Los geht’s!

Klar. Definiert. Erfolgreich.

Alle Guidelines, Ziele und Maßnahmen sind definiert – jetzt heißt es: umsetzen! Wir wünschen Ihnen viel Erfolg.