

## Young living

Undersøgelser viser, at unge generelt ved for lidt om forsikringer og den tryghed, der ligger i at have forsikringsdækning af dem selv, deres ansvar, ting og rejser. Og så oplever de ikke eksisterende forsikringstilbud som relevante og troværdige.

**TrygVesta** udviklede derfor i 2009 et nyt og innovativt forsikringsprodukt, **Young Living**, der er tilpasset de behov, unge mellem 18-28 år har i dag. Det er gjort enkelt tilgængeligt ved brug af animationer, grafiske fremstillinger og problemstillinger, som unge kan relatere sig til. Der er skabt et basisprodukt, som alle har brug for og som det er let at bygge ovenpå efter behov. **Young Living** markedsføres især på vores hjemmesider, hvor det også kan købes, og indgår i mediekampanjer på de sites, som unge benytter, fx facebook, msn, spotify og blogs, og i events på gader og stræder.

Produktet er udviklet gennem inddragelse af en række unge mennesker i interviews og fokusgrupper, men også som aktive deltagere i udviklingsprocessen. Fx har de været med til at bygge prototyper af produktet og markedsføringstiltag.

Se om produktet på

[http://www.tryg.dk/netinsurance01/notes.do?uniklink=PFaktaYL&csref= Forsiden\\_YoungLiving\\_Bund](http://www.tryg.dk/netinsurance01/notes.do?uniklink=PFaktaYL&csref= Forsiden_YoungLiving_Bund)

I 2010 fremmer vi yderligere de unges viden om forsikringer gennem et partnerskab med Ungdomsbyen i Rødovre. Sammen udvikler vi et undervisningsmodul i finansiel kompetence, som skal lære elever i folkeskolen og ungdomsuddannelserne, hvordan de sikrer sig tryghed gennem forsikringer og pension.

Se mere herom på [www.ungdomsbyen.dk](http://www.ungdomsbyen.dk)