

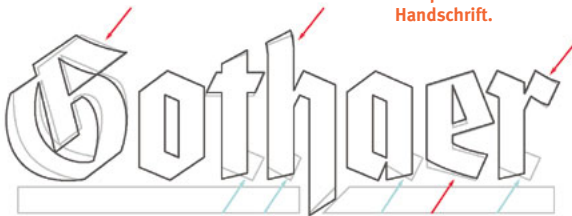
news

EXTRA-AUSGABE
Die Marke Gothaer

Das Gothaer Logo

Das G wird runder und offener gezeichnet.

Leichte Schwünge und Rundungen entsprechen dem Duktus einer Handschrift.



Die Modifikation

Der Verzicht auf die Abstriche öffnet den Schriftzug. Er wird ruhiger, lesbarer und freundlicher.

Das neue Logo

AUS DEM INHALT

Das neue Logo

••••

Der neue Claim

••••

Die Kraft der Marke Gothaer

••••

Aus BKK wird Gothaer Krankenversicherung

••••

Jetzt geht's los

Wir machen das. **Gothaer**



Helmut Söhler
Vorstand Vertrieb/Marketing

Sehr geehrte Damen und Herren,

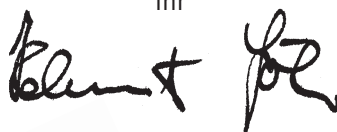
seit gut zwei Jahren arbeiten wir im Konzern intensiv an einem geschärften Markenbild, das den aktuellen und zukünftigen Anforderungen an einen modernen Finanzdienstleister gerecht wird. Ziel dieser neuen Markenstrategie ist es, in Zeiten zunehmender Produktvielfalt, härteren Wettbewerbs und kritischer Öffentlichkeit ein eindeutiges und widerspruchsfreies Bild der Gothaer zu vermitteln, das uns vom Wettbewerb unterscheidet und unseren Vertriebspartnern und Mitgliedern Orientierung und Sicherheit bietet.

Eine verstärkte markenstrategische Ausrichtung ist notwendig, um

- das Ansehen bei den Kunden zu verbessern und die Kundenbindung zu stärken,
- neue Zielgruppen zu erschließen und Neukunden zu gewinnen,
- den Vertrieb, insbesondere unsere Vertriebspartner, zu unterstützen
- die Akzeptanz des Unternehmens in der Öffentlichkeit zu erhöhen,
- Marktanteile zu gewinnen und
- attraktiv für Allianzen und Partnerschaften zu sein.

Wir werden uns zukünftig auf eine Marke, nämlich die Gothaer als bekannteste und älteste Marke im Konzern, konzentrieren. Ziel ist es, eine konsistente Wahrnehmung unseres Konzerns und seiner Leistungen zu erreichen.

Jetzt kommen wir in eine entscheidende Phase: der Start unserer neuen Werbekampagne steht kurz bevor! Starten Sie mit uns!

Ihr




Das neue Logo.



Unter dem gemeinsamen Dach der Marke Gothaer soll sich der Konzern als moderner Finanzdienstleister deutlich im Markt positionieren. Was aber zeichnet eine solche Marke aus?

- Sie ist identitätsstiftend.
- Sie hat einen eigenen Charakter und eine starke Ausstrahlung.
- Sie lässt ein eindeutiges Bild in den Köpfen der Zielgruppe entstehen.
- Sie lebt und entwickelt sich, fokussiert sich aber immer auf ihre Werte.

Um diesen Anspruch nicht nur inhaltlich mit Leben zu füllen, ist es

notwendig, auch das äußere Erscheinungsbild entsprechend anzupassen.

Hier nimmt das Logo einen besonderen Stellenwert ein. Es ist das zentrale Element des gesamten Erscheinungsbildes. Egal ob Vertriebspartner, Kunde, Mitglied, oder Mitarbeiter: als erstes optisches Zugangsbild ist es immer das Logo, welches am stärksten identifiziert.

Wenn etwas in Zukunft bestehen soll, ist eine gute Herkunft die beste Voraussetzung. Unser bestehendes Logo unterstreicht bereits unseren „guten Namen“.

Unser Logo

- ist visuell eigenständig
 - hebt sich positiv von Wettbewerbern ab
 - steht für Verlässlichkeit, Beständigkeit und Kompetenz
 - kommuniziert die Herkunft
 - hat echtes Markenpotenzial
- Um unsere Kernwerte und all das, was die Gothaer nun schon seit vielen Jahren ausmacht, beizubehalten und trotzdem dem Anspruch als moderner Finanzdienstleister gerecht zu werden, haben wir das bestehende Logo visuell überarbeitet. So, dass es seine Qualitäten in zeitgemäßer, freundlicher Form behält.



Der neue Claim.

Dieser neue Claim unterstreicht wer wir sind und wie wir sind. Das bedeutet: „Faire Partnerschaft – heute und für die Zukunft“. Wir interessieren uns aufrichtig für das, was Sie und Ihre Kunden bewegt – ihre Ziele, ihre Wünsche und ihre Träume. Nur wenn wir Sie und Ihre Kunden verstehen, können wir gemeinsam die richtigen Lösungen finden und über unsere Kompetenz, unsere Produkte und Leistungen reden. So entstehen langfristige, erfolgreiche Geschäftsbeziehungen.

Darum begaben wir uns auf die Suche nach einer starken und zukunftsorientierten Botschaft, die Partnerschaft signalisiert ohne das Wort selbst zu verwenden – und fanden sie in einem Satz wieder, der unsere Philosophie in drei einfachen Worten auf den Punkt bringt:

Wir machen das. Gothaer

Ein Claim, der Dynamik beinhaltet und ein einfaches, ehrliches Versprechen ausdrückt. Und ganz wichtig: Er bringt uns auf gleiche

Augenhöhe mit unseren Kunden. Wir werden zum echten Partner.

- „Wir“ steht für das gemeinsame Handeln zweier gleichberechtigter Partner.
- „Wir machen das.“ hat Kraft und ist absolut positiv.
- „Wir machen das.“ steht für: Wir lassen Sie nicht allein. Wir lösen jedes Problem
- „Wir machen das.“ Gilt nicht nur im Umgang mit Ihnen und Ihren Kunden, sondern ist auch das Motto für unser Handeln miteinander.

Die Kraft der Marke Gothaer.

Sie alle haben schon von der neuen Markenstrategie gehört, die jetzt einem ganz wichtigen Meilenstein entgegen fiebert: Dem Start unserer Werbekampagne! Besonders aufgrund der langen Werbeabstinenz ist die Bekanntheit der Marke Gothaer stark rückläufig. Von 1999 bis 2002 ist sie von 55,3 auf 47,9 Prozent gesunken. Tendenz: weiter fallend! Die Stärke der Marke Gothaer liegt aktuell in unserem flächendeckenden Vertriebsnetz, also aus Ihnen, den unabhängigen Vermittlern, den selbstständigen Agenturen, Bank- und Kooperationspartnern. Sie sind mit den umfassenden, wettbewerbsfähigen Produkt- und Problemlösungen des Konzerns repräsentativ am Markt vertreten.

Unsere Markenstrategie:

„In ihrem Kern sind die wesentlichen Dinge einfach“. Diese von Goethe stammende Erkenntnis ist nicht wirklich neu. Positive Veränderungsprozesse werden durch eine gute, klare und verständliche Kommunikation geprägt. Die Gothaer Markenstrategie basiert auf vier Elementen (siehe Abb. rechts):

- **Kernwerte**
... so wollen wir als Unternehmen und Marke sein
- **Positionierung**
... so möchten wir uns im Markt etablieren
- **Kernnutzen**
... so berücksichtigen wir die spezifischen Bedürfnisse unserer

Vertriebspartner und Kunden

- **Zielgruppen**
... sie bilden den Schwerpunkt unserer Aktivitäten

Jeder stimmt zu: Jetzt geht es darum, unsere Kernwerte als Handlungsmaxime in den Mittelpunkt zu stellen und gemeinsam zu leben.

Unsere Kernwerte
<p>Persönlich</p> <p>Fair</p> <p>Innovativ</p> <p>Verlässlich</p>

Unsere Positionierung
<p>Faire Partnerschaft – Heute und für die Zukunft</p> <p>Die Gothaer steht ihren Mitgliedern in jeder Situation verlässlich zur Seite</p> <p>Zu allen Fragen des Versicherungsschutzes, der Vermögensberatung und der Vorsorgestrategie</p> <p>Für innovative Lösungen. Heute und für die Zukunft</p>

Kernnutzen
<p>Die spezifischen Bedürfnisse unserer Kunden und Vertriebspartner sind der Mittelpunkt unseres Handelns.</p> <p>Innovative Produkte und Leistungsangebote</p> <p>Persönliche Beratung aus einer Hand (Allfinanz)</p> <p>Verlässlichkeit in Service und Leistung</p> <p>Fairness in der Zusammenarbeit</p>

Unsere Kernzielgruppen
<p>Gehobene Privatkunden</p> <p>Freiberufler</p> <p>Selbstständige/KMU*</p> <p>Vertriebspartner/Mitarbeiter</p>

* kleine mittelständische Unternehmen

Ist jetzt der richtige Zeitpunkt? – Gerade jetzt!

In den vor uns liegenden Herausforderungen für die Versicherungswirtschaft bieten sich gerade für die Unternehmen besondere Chancen, die sich eigenständig positionieren und sich mit eigenen Überzeugungen und Werten dem Markt stellen. Es geht darum, die besondere Stellung, die die Unternehmen der

Marke Gothaer ausmachen, zu verdeutlichen und auch darüber zu reden. Die hierfür eingesetzten Mittel an Geld und Arbeitskraft sind in die Zukunft unserer Unternehmen und Vertriebspartner gut investiert.

Mit ganzer Kraft in die Zukunft!

Die Marke Gothaer rückt in den Mittelpunkt unseres gemeinsamen Handelns und ist das Leitmotiv für

unser tägliches Arbeiten. Denn gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten sind die klare Positionierung der Marke Gothaer und der damit einhergehende Vertrauensaufbau wichtig. Nur die Vertriebspartner, Mitglieder und Kunden, die in der Gothaer den kompetenten und verlässlichen Partner sehen, werden uns künftig und auf Dauer ihr Vertrauen schenken.

Aus BKK wird Gothaer Krankenversicherung.

Von der Kraft der Marke Gothaer soll im Rahmen unserer neuen Markenstrategie auch die Berlin-Kölnische Krankenversicherung AG profitieren. Die Steigerung der Bekanntheit, der Sympathie und

das Vertrauen der Kunden soll durch die Umbenennung in Gothaer Krankenversicherung AG auch Sie bei der Neugewinnung von Kunden unterstützen. Durch die Umfirmierung erhält der Gothaer Konzern

und vor allem die Marke Gothaer mit der Integration des Gesundheitsdienstleisters ein abgerundetes Leistungsspektrum, das sich sehen lassen kann!

Jetzt geht's los.

Im Rahmen des Starts unserer externen Kampagne schalten wir ab Mitte März Werbespots auf allen wichtigen Sendern (PRO 7, RTL, N-TV, ARD, ZDF etc.) und Print-Anzeigen in diversen Zeitschriften

(Stern, Spiegel, Focus...). In Zahlen wird das heißen, dass ca. 62,6 Mio. Menschen unseren Werbespot und ca. 33,8 Mio. Menschen eine Zeitschrift mit unserer Print-Kampagne sehen werden.

Wer die Zukunft erfolgreich gestalten möchte, sollte Zeichen setzen – und das am besten gemeinsam.

Wir machen das.

IMPRESSUM