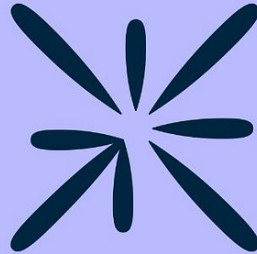


LOGO



Die neue Marke der BarmeniaGothaer

08.10.2024 12:30 CEST

BarmeniaGothaer präsentiert Markenauftritt

Köln, 8. Oktober 2024 – Nach dem Zusammenschluss der Barmenia und der Gothaer zur BarmeniaGothaer präsentiert der Versicherungskonzern die neue Marke. Fundament bei der Entwicklung: der bereits während der Zusammenführung gelebte Grundgedanke der Gleichberechtigung der beiden Vorgängerunternehmen.

„Der Entwicklungsprozess der Marke war davon geprägt, die Stärken der Barmenia und der Gothaer auf Augenhöhe zu bündeln und in einen

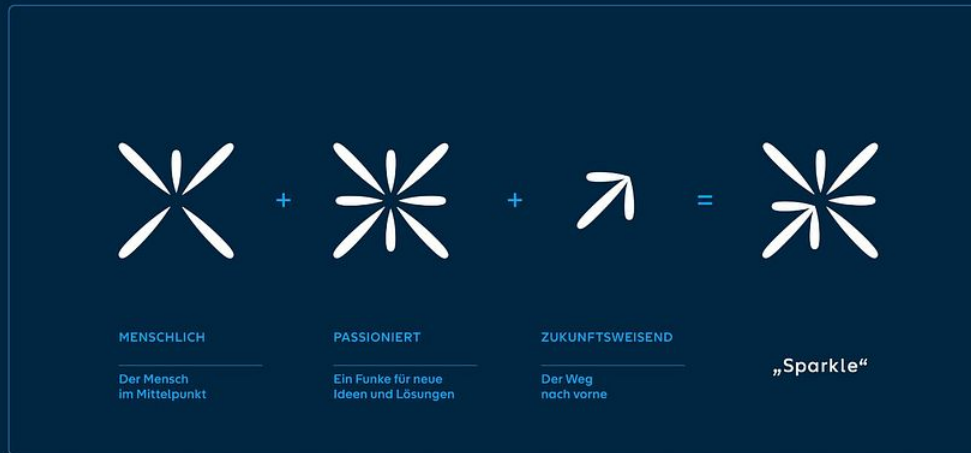
gemeinsamen Auftritt zu überführen. Dabei wollten wir an das in unserer Branche so wichtige Vertrauen und die Bekanntheit der Vorgängermarken anknüpfen und diese Basis modern und zukunftsorientiert weiterentwickeln“, so Frank Lamsfuß, der als Vorstand Vertrieb, Marketing und IT der BarmeniaGothaer die neue Marke verantwortet. Bereits die Schreibweise des Markennamens BarmeniaGothaer in alphabetischer Reihenfolge und ohne trennende Sonderzeichen dokumentiert diesen Leitgedanken.

Werte und Claim als Fundament der neuen Marke

Auf Basis zahlreicher Analysen, Kundenbefragungen sowie Interviews mit dem Vertrieb und dem Top-Management wurden drei Markenwerte als Kern der jeweiligen Erfolgsgeschichten und der zukünftigen Markenpositionierung definiert. Die Botschaften „menschlich – Partner ohne Wenn und Aber“, „passioniert – Wir entwickeln Bestlösungen“ sowie „zukunftsweisend – Wir gehen voran“ werden im Mittelpunkt des unternehmerischen Handelns stehen. Sie kommen auch im Markenclaim zum Ausdruck: Weil Du wichtig bist. „Der Claim bringt unsere Markenwerte emotional auf den Punkt. Er schafft Klarheit und Orientierung, um von Anfang an auszudrücken, wofür die BarmeniaGothaer steht und was die Menschen von ihr erwarten können“, erklärt Heiko Scholz, Marketingleiter der BarmeniaGothaer.

Logo und Designelemente mit hohem Wiedererkennungseffekt

Zentrales grafisches Element der neuen Marke ist das Logo. Der Sparkle vereint die Markenwerte und ist sowohl einzeln als auch in Kombination mit dem Markennamen Ausdruck der Corporate Brand. Die dominierende Farbe des Markenauftritts ist dark blue, das für Solidität steht. Sie wird durch Akzentfarben ergänzt: sky blue, ein optimistischer, strahlender Farbton. Hinzu kommt Lavendel, das in der Versicherungsbranche einzigartig ist und eine Differenzierung zum Wettbewerb ermöglicht. Weiß, als frischer und cleaner Farbton rundet als dritte Akzentfarbe die Farbpalette ab. Passend zum neuen Markenauftritt wurde eine eigens für die BarmeniaGothaer entwickelte Schrift entwickelt - die BG Sparkle Sans. Mit stabilen Geraden, harmonischen Bögen und dynamischen Schrägen vereint sie Nähe, Modernität und Dynamik.



Schrittweiser Rollout

Die neue Marke wird sukzessive an verschiedenen Kontaktpunkten sichtbar und erlebbar gemacht. Informationen zum Zusammenschluss und zur Marke sind ab sofort auf barmeniagothaer.de abrufbar. Live wird die neue Marke erstmals beim Heimspiel von Bayer 04 Leverkusen gegen Eintracht Frankfurt am 19. Oktober auf den Banden der BayArena zu sehen sein. Einen prominenten Auftritt wird die neue Marke auch auf der diesjährigen DKM, der Leitmesse der Finanz- und Versicherungswirtschaft, am 29. und 30. Oktober haben. Der Markenlaunch, der durch den modernen Messestand besonders auffällig in Szene gesetzt wird, soll den Besucher*innen die neue Marke anschaulich präsentieren.

Die beiden Exklusivvertriebe der Barmenia und Gothaer treten zunächst weiterhin getrennt unter den bestehenden Marken Barmenia und Gothaer auf. Die Umstellung wird mittelfristig erfolgen.



Zum neuen Markenauftritt

Die Entwicklung des Markendesigns erfolgte in Zusammenarbeit mit Serviceplan München. Die Markenidentität wurde gemeinsam mit der Markenberatung ESCH- The Brand Consultants definiert.

Die BarmeniaGothaer Gruppe gehört mit rund acht Millionen Kundinnen und Kunden, 7.500 Mitarbeitenden sowie Beitragseinnahmen von rund 8 Milliarden Euro zu den Top10 Versicherern in Deutschland und ist einer der größten Versicherungsvereine auf Gegenseitigkeit. Angeboten werden alle Versicherungssparten für Privat- und Firmenkunden. Dabei setzt das Unternehmen auf qualitativ hochwertige persönliche und digitale Beratung sowie die Unterstützung seiner Kundinnen und Kunden auch über die eigentliche Versicherungsleistung hinaus.

Als einer der führenden Partner für den Mittelstand bietet die BarmeniaGothaer Unternehmen eine umfassende Absicherung gegen alle relevanten Risiken. Neben vielfältigen Schutzkonzepten unterstützt sie ihre Firmenkunden auch bei aktuellen Herausforderungen wie der Mitarbeitengewinnung und -bindung.

Privatkunden bietet die BarmeniaGothaer neben dem klassischen Versicherungsschutz und der Altersvorsorge auch digitale Services sowie

vielschichtige Gesundheitsdienstleistungen. Als Versicherungsverein auf Gegenseitigkeit ist die BarmeniaGothaer nur ihren Mitgliedern – also ihren Kundinnen und Kunden verpflichtet – nicht etwa Aktionären. Durch diese Unabhängigkeit kann das Unternehmen langfristig und nachhaltig im Sinne seiner Mitglieder agieren.

Kontaktpersonen



Martina Faßbender

Pressekontakt

Konzern Pressesprecherin, Leitung Unternehmenskommunikation

martina.fassbender@gothaer.de

+49 221 308-34531

+49 175 2285017



Martina Cohrs

Pressekontakt

Leitung Externe Kommunikation und Social Media

martina.cohrs@barmenia.de

+49 202 438-2834

+49 177 4025350



Marina Weise-Bonccek

Pressekontakt

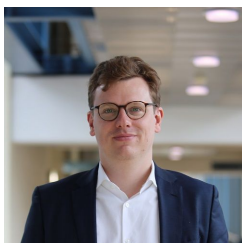
Pressereferentin

Gesundheit und Corporate

marina.weise@barmenia.de

+49 202 438-2718

+49 160 96932975



Ulrich Otto

Pressekontakt

Referent für Konzern- und Gesundheitsthemen

ulrich.otto@gothaer.de

+49 221 308-34614



Ines Jochum

Pressekontakt

Referentin für Renten- und Lebensversicherung, Nachhaltigkeit

ines.jochum@gothaer.de

0221 308 34287



Jule Müller

Pressekontakt

Pressereferentin

Kompositversicherungen

jule.mueller@barmenia.de

+49 202 438-1932



Verena Wanner

Pressekontakt

Pressereferentin

Spenden und Sponsoring

verena.wanner@barmenia.de

0202 438-2010