

## **Nachfolger der norisbank AG mit neuem Namen ideenhaus liefert Markendesign für TeamBank**

**Nürnberg/München: Der Verkauf der norisbank-Filialen inklusive aller Namensrechte machte eine neue Namensfindung für die Bank hinter der Produktmarke easyCredit notwendig. Der Finanzdienstleister, der als Ratenkreditspezialist für den genossenschaftlichen FinanzVerbund fungiert, firmiert ab sofort unter dem Namen TeamBank AG. Das ideenhaus erhielt den Auftrag für die komplette Entwicklung des Markendesigns, das in diese Woche erstmals präsentiert wurde.**

Da die TeamBank mittelfristig auch international agieren wird, startete das ideenhaus mit einer multinationalen Wettbewerbs- und Farbassoziationsanalyse. Diese Ergebnisse, die vorliegende Markenstrategie sowie das „Markenerbe“ von norisbank AG und easyCredit bildeten die Basis für den mehrstufigen Entwicklungsprozess zur Erarbeitung des Markendesigns, also für alle Markenstilelemente: die Farbwelt, die Bildsprache, die Typographie und das Logo. Besondere Beachtung erhielten die in der Markenstrategie definierten Markenkernwerte.

So klar und unkompliziert und gleichzeitig dynamisch und seriös wie das Produktangebot von easyCredit sollte auch das Erscheinungsbild der neuen Corporate-Marke sein. Blau, konkret Cyan, dominiert die TeamBank-Farbwelt. Frische, Vitalität, Klarheit und Klassik sind die Attribute, die dieser Farbe zugeschrieben werden und zu den Markenkernen Aufstiegsorientierung und Klarheit der TeamBank passen. Das ideenhaus leitet sie aus der bestehenden Bekanntheit der blau-dominanten Marken easyCredit und norisbank ab.

Auch bei der Entwicklung des Logos wurde eine selbstähnliche Ableitung und Weiterentwicklung aus dem „Markenerbe“ vorgenommen. Für den Bankkunden entsteht somit eine vertraute Anmutung. Auch die Aufgabenstellung der Abgrenzung zu den Wettbewerbern wurde voll erfüllt. Um die Vitalität der Farbe zu unterstreichen und die Dynamik des Finanzdienstleistungsangebotes hervorzuheben, wird die Wortmarke kursiv placiert. Die Einfügung eines appellativen Ausrufezeichens in einem aktionistischen Magenta zwischen den Worten Team und Bank sorgt für zusätzliche Aufmerksamkeit.

„Das ideenhaus hat für die TeamBank ein zukunftsfähiges Markendesign entwickelt, das unsere Markenkernwerte erlebbar macht und visuell perfekt wiedergibt“, kommentiert



Marketingleiter Jörg Bruch. Weiterer Ansprechpartner auf Kundenseite ist Leiterin Marketing Kommunikation Sabine Reinert.

Das ideenhaus, spezialisiert auf wertorientiertes Markendesign, hat bereits mehrere namhafte internationale Referenzen im Finanzdienstleistungsbereich. ideenhaus-Geschäftsführerin Marion Endres und ihre Kollegen werden die TeamBank auch bei der Umsetzung der Kommunikationsmaßnahmen unterstützen. Aktuell wird bereits am Geschäftsbericht 2006 gearbeitet – natürlich im neuen Markendesign

24. Januar 2007

**Kontakt:** Birgit Heinhöfer, PR-Büro Heinhöfer, Lindengasse 3, 90419 Nürnberg  
Tel. 0911/ 300 349-30, [info@pr-heinhoefer.de](mailto:info@pr-heinhoefer.de)