

Presse-Information

Datum: 31.01.08

Ansprechpartner: Birgit Heinhöfer, PR-Büro Heinhöfer

Seite: 1/1

TeamBank und Ideenhaus: Selbstähnliche Weiterentwicklung des easyCredit Markendesigns

München/Nürnberg: Nach der erfolgreichen Zusammenarbeit bei der Erarbeitung des Markendesigns für die TeamBank (als Nachfolgerin der norisbank) im vergangenen Jahr, erhielt das Ideenhaus, spezialisiert auf wertorientiertes Markendesign, den Zuschlag für die Weiterentwicklung des Markendesigns der Produktmarke easyCredit.

Eine Überarbeitung wurde beauftragt, da – in Anlehnung an die Markenstrategie – verstärkt der Aspekt der Fairness als elementarer Bestandteil der Marke easyCredit einer neu definierten Zielgruppe vermittelt werden soll. Die bisherige eher ironisch-überzogene Kundenansprache, bei der die Leistbarkeit auch von extremen Luxusprodukten im Vordergrund stand, soll abgelöst werden durch die Vermittlung der Kompetenz als „fairer Finanzpartner“.

Das Ergebnis ist ein Markendesign, das die „Fairness“ in all seinen Bestandteilen (Layoutelemente, Layoutsystematik, Schriften, Bildsprache) „einfacher“, aber dennoch „herausragender“ kommuniziert. Das Logo selbst blieb dabei unverändert. Durch die Übernahme des Blautons der VR-Banken als Markenfarbe wird die Einbindung in den Finanzverbund der VR-Banken und somit die Vertrauenswürdigkeit zusätzlich unterstrichen. Den im bisherigen Auftritt verwendeten blauen Kreis hat Ideenhaus vereinfacht, systematisiert und zum spezifischen Designelement weiterentwickelt. Der „Button“ wird auf der ersten Wahrnehmungsebene (also z. B. in Anzeigen oder auf Titelseiten von Broschüren) und idealerweise als Träger der Headline eingesetzt. Er leitet sich aus dem „@“ im Logo ab. Sein Einsatz an allen Markenkontaktpunkten (Werbung, Filialen, Werbemittel, Sportsponsoring etc.) wird im Brand Design Manual detailliert definiert. Neben „Button“, Layoutsystematik und Bildsprache wurden auch die Schriften im Sinne von mehr Fairness und Einzigartigkeit überarbeitet.

Das neue Markendesign für easyCredit fungiert als visuelle Basis für die aktuelle Werbekampagne (Agentur: Serviceplan) sowie die gesamte interne und sonstige externe Kommunikation.

Die TeamBank Verantwortlichen setzen auf das Ideenhaus-Spezialistentum, das sich auf wertorientiertes Markendesign und die visuelle Übersetzung von Markenkernstrategien fokussiert und bereits namhafte Finanzdienstleistungsreferenzen, auch in der Schweiz, vorweisen kann

Pressekontakt:

Birgit Heinhöfer, PR-Büro Heinhöfer, Lindengasse 3, 90419 Nürnberg,

Tel. +49 (0)911 300 349-0, info@pr-heinhoefer.de

