

## Presse-Information

Nürnberg, den 15. Dezember 2016

### **Nürnberger Versicherung schärft ihren Markenauftritt**

Klar, unkompliziert, solide – so präsentiert sich die Nürnberger Versicherung künftig der Öffentlichkeit. Sichtbar werden diese Attribute in einem neuen Markenauftritt.

Das Corporate Design ist eine Weiterentwicklung des bisherigen Erscheinungsbilds. Weiterhin ist die Kaiserburg Kernelement des Logos, wenn auch stilisierter als zuvor. Die neue Wort-Bild-Marke verbindet somit Herkunft und Zukunft.

Auch der Slogan wurde geschärft: Die Nürnberger Versicherung verspricht ihren Kunden „Schutz und Sicherheit. Seit 1884.“

Optisch zeitgemäß gestaltet sich die Farbwelt: Die Unternehmensfarbe blau wurde modifiziert, das verwendete Spektrum um weitere Farbwerte wie z. B. Rosé ergänzt. Damit hebt sich die Nürnberger Versicherung nun klar von ihren Mitbewerbern ab. Ebenfalls einem Relaunch wurde die Hausschrift unterzogen. Sie wurde modernisiert und prägt jetzt auch die Wortmarke.

Das neue Corporate Design wurde von der Markenagentur Martin et Karczinski entworfen, die seit September Corporate Lead Agentur der Nürnberger Versicherung ist. „Die Agentur genießt einen ausgezeichneten Ruf und hat uns durch ihre ganzheitliche Herangehensweise an markenstrategische Projekte überzeugt“, erklärt Dr. Karoline Haderer, Marketingleiterin der Nürnberger Versicherung.

„Wir haben die neue strategische Ausrichtung des Unternehmens visualisiert und das Erscheinungsbild fit für die digitalen Herausforderungen gemacht – eine spannende Aufgabe, für die wir im engen Austausch auch mit dem Vorstand hervorragende Lösungen schaffen konnten“, erläutert Peter Martin, CEO von Martin et Karczinski.

Das neue Erscheinungsbild führt die Nürnberger Versicherung im kommenden Jahr sukzessive ein.

### **Über die Unternehmen:**

Die Nürnberger Versicherung bietet ihren Kunden seit 1884 Schutz und Sicherheit. Mit einem Umsatz von 4,9 Mrd. EUR und mehr als 27 Mrd. EUR Kapitalanlagen zählt sie zur Spitzengruppe der deutschen Erstversicherer.

Martin et Karczinski begreift Corporate Identity als zentrales Steuerungsinstrument für die Unternehmensführung und trägt mit strategischer Beratung und Design seit über 15 Jahren zum Erfolg seiner Kunden bei. Als eine der führenden CI-/CD-Agenturen ist das Unternehmen Corporate Lead Agentur für Lufthansa weltweit und arbeitet als strategischer Partner u. a. für die Deutsche Börse Group, Gaggenau, Lufthansa Group, Miles & More, Occhio, Silhouette, Sonova, Swiss International Air Lines und KUKA.