



ARAG modernisiert ihr Markenzeichen

Mit einem überarbeiteten Logo und einer neuen Kampagne startet die ARAG SE in das Frühjahr 2016. Vor 13 Jahren hat das Düsseldorfer Familienunternehmen sein Logo zuletzt überarbeitet. Seitdem hat sich die ARAG stark verändert. Der Konzern richtete sich strategisch neu aus und gab sich unter dem Dach einer Societas Europaea (SE) eine neue Führungsstruktur. Dabei setzt das Unternehmen stark auf die Internationalisierung seines Geschäftes. Heute gehört die ARAG zu den am stärksten internationalisierten deutschen Versicherungen. Mit einer markenstrategischen Neuaufstellung trug die ARAG diesen Punkten bereits Rechnung. Nun wurde das ARAG Markenzeichen ebenfalls in den Modernisierungsprozess mit einbezogen. Zum 31. März 2016 wird das neue Logo zusammen mit einer neuen Kampagne eingeführt.

„Nur wenige deutsche Versicherer haben sich in den vergangenen Jahren so gründlich verändert wie die ARAG“, betont Dr. Paul-Otto Faßbender, Vorstandsvorsitzender der ARAG SE. „Die erfolgreiche Geschäftsentwicklung des Konzerns zeigt, dass wir auf dem richtigen Weg sind. Es wurde Zeit, dass wir diese Veränderung auch sichtbar machen.“ Das Düsseldorfer Familienunternehmen hat sich entsprechend an die anspruchsvolle Aufgabe gewagt, eine der bekanntesten deutschen Versicherungsmarken zu modernisieren. Der ARAG Schriftzug ist nun deutlich lesbarer und tritt kräftiger hervor. Zudem werden künftig die Schwerter im Logo wegfallen.

„Unsere Kunden wollen von uns Lösungen und Hilfestellungen. Gekreuzte Schwerter stehen für eine nicht mehr zeitgemäße Konflikthaltung und sind unseren Kunden international kaum vermittelbar“, erläutert Klaus Heiermann, Generalbevollmächtigter der ARAG SE, die wichtigsten Veränderungen. Seit mehr als 80 Jahren hat die ARAG ihren Geschäftsschwerpunkt im Rechtsschutzgeschäft. Dort hat sich die Rechtsschutzidee deutlich weiterentwickelt. Hier stehen verstärkt einvernehmliche, nervenschonende Modelle der Konfliktlösung im Mittelpunkt. Zudem ist die ARAG auf dem deutschen Markt ebenfalls sehr erfolgreich als Krankenversicherer aktiv. Hier sind Schwerter als Symbol nicht wirklich passend. Auf den internationalen Märkten waren die gekreuzten Schwerter im Markenzeichen ebenfalls sehr erklärungsbedürftig.

„Insgesamt präsentiert sich das neue ARAG Logo nun aufgeräumter, klarer, moderner und auch hochwertiger“, fasst Connie Peters, Abteilungsleiterin Marketing/Kundenkommunikation, die Veränderungen zusammen. Das neue Logo harmoniert deutlich besser mit dem vor zwei Jahren gründlich überarbeiteten Corporate Design. Es wird Ende März mit einer neuen Kampagne eingeführt und dann sukzessive im Konzern ausgerollt.

Eine druckfähige Bilddatei mit den ARAG Logos seit Unternehmensgründung erhalten Sie hier:

www.arag.com/german/press/pressreleases/group/00231/

Informationen zur neuen ARAG Kampagne erhalten Sie hier:

www.bbdo.de/de/news/pressemitteilungen



Ihr Ansprechpartner

Klaus Heiermann

Generalbevollmächtigter ARAG SE

Leiter Hauptabteilung Konzernkommunikation/Marketing

Telefon: 0211 963-2219 · Fax: 0211 963-2220

E-Mail: klaus.heiermann@arag.de · www.arag.com

Die ARAG ist das größte Familienunternehmen in der deutschen Assekuranz und versteht sich als vielseitiger Qualitätsversicherer. Neben ihrem Schwerpunkt im Rechtsschutzgeschäft bietet sie ihren Kunden bedarfsorientierte Produkte und Services aus einer Hand auch über die leistungsstarken Tochterunternehmen im deutschen Komposit-, Kranken- und Lebensversicherungsgeschäft sowie die internationalen Niederlassungen, Gesellschaften und Beteiligungen in 14 weiteren europäischen Ländern und den USA – viele davon auf führenden Positionen in ihrem jeweiligen Rechtsschutzmarkt. Mit 3.700 Mitarbeitern erwirtschaftet der Konzern ein Umsatz- und Beitragsvolumen von mehr als 1,6 Milliarden €.

ARAG SE ARAG Platz 1 · 40472 Düsseldorf **Aufsichtsratsvorsitzender** Gerd Peskes **Vorstand** Dr. Dr. h. c. Paul-Otto Faßbender (Vors.)

Dr. Renko Dirksen · Dr. Johannes Kathan · Dr. Matthias Maslaton · Werner Nicoll · Hanno Petersen · Dr. Joerg Schwarze

Sitz und Registergericht · Düsseldorf HRB 66846 · USt-ID-Nr.: DE 119 355 995