

Eine neue Marken-Identität für eine neue Strategie

Ein weiterer Schritt um die Führung am weltweiten Assistance-Markt zurück zu erobern.

Martin Vial, CEO der Europ Assistance Gruppe, präsentiert die neue Marken-Identität der Europ Assistance, welche die Ambitionen der Gruppe symbolisiert, die bereits vergangenes Jahr im Rahmen des Columbus Strategie Planes 2005-2010 angekündigt wurden.

Diese neue Marken-Identität wurde weltweit am 12. Dezember in allen 33 Ländern, in denen die Gruppe durch eine Gesellschaft vertreten ist, vorgestellt. Von heute an ersetzt sie das alte Logo, welches seit 1963 unverändert war.

Rund um die Modernisierung des Logos wurde auch die gesamte Corporate Identity der Europ Assistance Gruppe neu gestaltet und neu definiert.

Im Rahmen dieser Veränderungen, startet die Europ Assistance heute eine völlig runderneuerte Internet-Seite, die sowohl institutionelle Informationen über die Gruppe, also auch E-Commerce Funktionalitäten anbietet.

Durch die Zusammenarbeit mit Pasteur Mediavita, ein Tochterunternehmen des Pasteur Institutes, sind wir im Stande, eine Internet-Seite anzubieten, die allen Anwendern weltweite geografische Informationskarten mit gesundheitlichen Risikogebieten und medizinischen Informationen zur Verfügung stellt, die vom Pasteur Institut ausgearbeitet wurden.

Zusätzlich werden die weltweit über 4.000 Mitarbeiter der Europ Assistance Gruppe erstmals Zugang zu einer neuen gemeinsamen Intranetseite der Gruppe erlangen. Diese Seite unterstützt die gemeinsame effiziente Nutzung der weltweiten internen Informationen, was wiederum dem Service gegenüber den Kunden der Europ Assistance zugute kommt.

Die Entwicklung der Marken-Identität der Europ Assistance stellt zugleich den Abschluss der ersten Stufe des Columbus Strategie Plans dar: die Beschleunigung des Wachstums außerhalb Europas, die Entwicklung zweier neuer Produktlinien ("Gesundheit" und "Familie & Heim"), die Stärkung internationaler Vertriebs synergien auf dem Reise- und Kfz-Assistance Markt, das Vorantreiben von weltweiten Marketing- und Vertriebsinnovationen und die tiefgehende Reorganisation von Arbeitsmethoden und Strukturen.

Neuer Impuls für eine stärkere Marke

Der Markenname der Europ Assistance, verbunden mit unvergleichlicher Zuverlässigkeit und außergewöhnlichem Service, ist mehr denn je ein wettbewerblicher Vorteil, der sofortige Wiedererkennung und Vorzug bei den Großkunden erlaubt.

Die Verstärkung des Marken-Images der Europ Assistance ermöglicht es der Gruppe, die Position mit ihren Partnern zu festigen – egal ob Büros oder Service-Provider.

Dies ist speziell im Bereich des medizinischen Rücktransportes der Fall, wo Anbieter medizinischer Services weltweit die Europ Assistance Gruppe als Größe auf diesem Markt anerkennen.

Aus der Stärkung der Marken-Identität ergeben sich klare Vorteile für die Endkunden der Europ Assistance Gruppe.

Näher am Kunden

Jeden Tag interagieren die 4.000 Mitarbeiter der Gruppe mit all ihren Aktivitäten mit den Kunden, um ihnen die Lösungen zu bieten, die sie erwarten – von außergewöhnlichen Services bis hin zu alltäglichen Unterstützungen.

Jedes Jahr koordinieren sie über 7 Millionen Assistance Einsätze weltweit, unterstützt von den 400 medizinischen Professionisten der Gruppe.

Jedes Jahr beantworten die 3.500 Einsatzbetreuer der Gruppe über 42 Millionen Anrufe in den 38 weltweiten Einsatzzentralen der Gruppe.

Seit der Gründung der Europ Assistance 1963, haben die Gesellschaften der Gruppe über 145 Millionen Einsätze weltweit abgewickelt, vom einfachsten bis hin zum kompliziertesten, immer mit der selben Entschlossenheit.

Im Bezug auf die Menschen ist dies ein fundamentales Element der Aktivitäten der Europ Assistance Gruppe. Im neuen Logo ist diese Idee des engen "menschlichen" Kontakts durch das abgerundete "fühlbare" Symbol und die Lichtspiele auf seiner Oberfläche verstärkt dargestellt.

Ausdruck der internationalen Dynamik

Europ Assistance ist eine globale Gruppe: 78% der Erträge kommen von außerhalb Frankreichs, wo die erste Gesellschaft gegründet wurde. Der Schwerpunkt der Gruppe liegt ohne Frage in West-Europa. Selektive Entwicklung außerhalb Europas ist einer der Hauptgegenstände der neuen Strategie.

Auf all ihren Märkten, agiert die Gruppe in einem zunehmend internationalen Umfeld, wo die Einsätze nicht länger lokal sondern vielmehr zweifellos europaweit oder überhaupt global sind.

Die globale Dimension der Europ Assistance Gruppe wird im neuen Logo hervorgehoben – runder und dynamischer als der Vorgänger.



Ein entschieden zeitgemäßes Logo

Das bisherige Europ Assistance Logo, existent seit 1963, repräsentierte die Gruppe gegenüber ihrer Kunden, begleitete ihre Entwicklung und verkörperte Initiative und Pioniergeist.

Kreiert in den 60ern, mit einem beachtlichen und technischen grafischen Konzept, ist es mittlerweile über 40 Jahre alt. Die neuen Ambitionen der Europ Assistance Gruppe haben nun eine Anpassung an heutige Welt notwendig gemacht.

Heute hat das Logo drastische Veränderungen durchlebt und bleibt dennoch wiedererkennbar.

Die Schriftart wurde demnach ebenfalls neu gestaltet, um dem zeitgemäßen Image der Marke gerecht zu werden. Der Name Europ Assistance wird nun über 2 Zeilen geschrieben, was die Wirkung des Logos erhöht. Das Symbol-Logo behält die fundamentalen Elemente des Vorgängers und der Wiedererkennungswert bleibt somit bewahrt. Gleichzeitig gewinnt es durch seine statische Griffigkeit an Symbolik. Die Farben Blau und Rot bleiben, sind nun jedoch wärmer und freundlicher. Es symbolisiert somit Effizienz und Einfühlungsvermögen – die beiden primären Charakterzüge der Europ Assistance.

Eine neue Internet Seite mit medizinischem Inhalt vom Pasteur Institut

Das Internet ist das wichtigste "Fenster" zur Europ Assistance Gruppe für Kunden und Partner. Als globale Marke – vertreten in über 200 Ländern weltweit – ist die Marke Europ Assistance nun auf **homogene und einheitliche Art und Weise im Internet präsent** – durch eine Homepage, die als richtiges Portal fungiert und die Seiten aller Gesellschaften der Gruppe vereint.

Rundum erneuert, ist **die Seite der Gruppe primär als Unternehmens-Plattform gedacht, bietet jedoch ebenso eine verstärkte kommerzielle Dimension**, die den Verkauf der Produkte und Services der Gruppe direkt über das World Wide Web ermöglicht. Dieser Aspekt wird in den kommenden Monaten noch weiter verstärkt durch den Launch einer globalen e-commerce Seite.

Durch die Partnerschaft mit **Pasteur Mediavita**, bietet **europ-assistance.com** allen Benutzern eine **Weltkarte mit den bestehenden Gesundheitsrisiken pro Land** und vereinfacht den Zugriff auf Informationen über Hygiene und gesundheitliche Hinweise für Auslandsreisen.

Das Internet Portal der Europ Assistance Gruppe bietet den Benutzern nun einen konstanten Informationsfluß zu Gesundheits-Themen und Risikovorbeugung in Bezug auf all ihre Aktivitäten – Familie, Reise, Automobil, Verkehrssicherheit und natürlich allgemein Gesundheit...

Zum ersten Mal eine gruppenweite Intranet Seite

Seit ihrer Gründung hat die Europ Assistance Gruppe nun zum ersten Mal eine einzige Intranet-Seite die allen Mitarbeitern weltweit Zugriff bietet.

Wenngleich sie alle Konzepte der neuen Marken-Plattform und die überarbeitete Graphik-Chart der Gruppe enthält, so **ist die Europ Assistance Intranet-Seite dennoch primär ein professionelles Tool zur Förderung des Erfahrungsaustausches und zur Weitergabe von "best practices" in einer internationalen Gruppendynamic.**

Als Tool zur Unterstützung von geschäftlichen Umsetzungen, ermöglicht die Intranet-Seite allen Mitarbeitern, stets über die Implementierung des Columbus Strategie Plans informiert zu sein und zu sehen, wo ihre täglichen Tätigkeiten im den Bereich der strategischen Entwicklung der Gruppe platziert sind.

Die Fähigkeit eine extrem rasche und effiziente Reaktion in Einklang mit den Notfallaktivitäten der Gruppe zu gewährleisten, ermöglicht es auch, **eine globale Katastrophe von überall auf der Welt zu überwachen und zu managen und sämtliche Gesellschaften der Gruppe zu involvieren. Es ist somit ein echtes Tool** zur Steigerung der Effektivität der Ressourcen der Gruppe – zugunsten all ihrer Kunden.

Global gesteuerte Aktionen

Alle Aktionen zur Einführung der neuen Identität der Gruppe werden vom Communication Department in Paris koordiniert und gesteuert – in enger Zusammenarbeit mit den regionalen Kommunikationsverantwortlichen.

Vom Logo bis hin zur Homepage und dem Launch des neuen Intranets am 12. Dezember 2005 wird die gesamte Gruppe weltweit einen neuen Look annehmen. In die Änderungen involviert sind Europ Assistance Gesellschaften in 33 Ländern und 208 Länder in denen Europ Assistance vertreten ist.

Am 12. Dezember bekommen alle 4.000 Mitarbeiter der Europ Assistance Gruppe weltweit einen "Marken-Pass", welcher alle Aspekte des Identitätswechsels erklärt und verbildlicht.

Über die Europ Assistance Gruppe

Gegründet 1963, ist die Europ Assistance Gruppe der Begründer des Assistance-Konzepts. Sie bietet ihre Services weltweit an um ihren Privat- und Firmenkunden die entsprechenden Lösungen zu deren außergewöhnlichen und alltäglichen Problemen zu liefern – 24 Stunden am Tag und 365 Tage im Jahr.

Seit 2004 hat die Europ Assistance Gruppe ihre Servicepalette um Gesundheit und Familie&Heim Assistance erweitert und gleichzeitig das Wachstum der beiden traditionellen Bereiche Reise- und Kfz-Assistance gesteigert.

Zu 100% ein Tochterunternehmen der GENERALI Gruppe, deckt die Europ Assistance (konsolidierter Umsatz 2004: € 640,0 Mio) 208 Länder mit ihren Services ab und beinhaltet 50 Gesellschaften in 33 Ländern mit insgesamt 4.000 Mitarbeitern:

Süd Afrika, Algerien, Deutschland, Argentinien, Österreich, Belgien, Brasilien, Chile, China, Dänemark, Spanien, USA, Finnland, Frankreich, Griechenland, Ungarn, Irland, Israel, Italien, Libyen, Luxemburg, Norwegen, Niederlande, Polen, Frz. Polynesien, Portugal, Tschechische Republik, Großbritannien, Singapur, Schweden, Schweiz und Tunesien.

2004 beantwortete die Europ Assistance Gruppe 41,9 Millionen Anrufe und hat 7,4 Millionen Einsätze weltweit durchgeführt mittels medizinischem Personal (welches 105 Vertrauensärzte und 170 Begleitärzte umfasst), ein Netzwerk von 401.000 Partnern, koordiniert von 3.500 Einsatzbetreuern in 35 Einsatzzentralen rund um die Welt.

Press contact:

Philippe Moucherat

Group Communication Director

Tel: +33 (0) 1 58 34 23 82

E-mail: pmoucherat@europ-assistance.com
