

## Credit Life International stärkt Rolle als Anbieter maßgeschneiderter Absicherungskonzepte und ergänzt Produktportfolio um Garantiever sicherungen

**Neues Produktfeld Garantiever sicherungen - Positionierung als Spezialanbieter für maßgeschneiderte Absicherungskonzepte - Neuer Claim „die Sicherheitsmanufaktur“ unterstreicht die Neuausrichtung am Markt - Markenauftritt überarbeitet.**

**Neues Produktfeld Garantiever sicherungen - Positionierung als Spezialanbieter für maßgeschneiderte Absicherungskonzepte - Neuer Claim „die Sicherheitsmanufaktur“ unterstreicht die Neuausrichtung am Markt - Markenauftritt überarbeitet**

Neuss, 12. Juni 2014 – Credit Life International stärkt die Rolle als innovativer Anbieter maßgeschneiderter Absicherungslösungen und ergänzt das Angebot um Garantiever sicherungen. Bereits Anfang 2013 wurden Risikolebensversicherungen in das Produktspektrum mit aufgenommen. Mit dieser Erweiterung positioniert sich Credit Life International weiter als erfolgreicher Spezialanbieter mit den neu gestalteten Produktbereichen aus Restkredit-, Risikolebens-, Garantiever sicherungen und Versicherungen für Automotive. Hierüber werden beispielsweise Kaufpreisversicherungen oder die Kostenschutzversicherung angeboten. Mit dieser Neuausrichtung und der Fokussierung auf vier Produktfelder will sich das Unternehmen stärker auf die Kernkompetenzen konzentrieren und sich mit einem klar abgegrenzten Profil zielgerichteter im Markt positionieren. Nach außen sichtbares Zeichen dieser strategischen Neuausrichtung ist der überarbeitete Markenauftritt. Verdeutlicht wird dies durch die neue Bildsprache sowie durch den neuen Claim „die Sicherheitsmanufaktur“.

### **Die Sicherheitsmanufaktur**

In allen Bereichen setzt Credit Life International auf individuell angefertigte Absicherungskonzepte, -lösungen und -verbesserungen, die quantifizierbare Mehrwerte für bestehende und potenzielle Partner bieten. Der neue Claim „die Sicherheitsmanufaktur“ wurde nach Angaben von Andreas Schwarz, Vorstand der Credit Life International, sehr bewusst gewählt. „Die neue Ausrichtung signalisiert, dass wir keine Standardlösungen bieten, sondern speziell angefertigte Absicherungskonzepte. Somit steht unsere Marke für individuelle und innovative Leistungen“, betont Schwarz. Diese werden, basierend auf unserer langjährigen Erfahrung, exakt nach den Bedürfnissen der jeweiligen Zielgruppen und Vertriebswege konzipiert. Zudem lassen sich alle Produkte vollständig in die Abläufe der jeweiligen Partner integrieren – die Ressourcen bleiben geschont. „Unsere hochmoderne IT- und Organisationsstruktur ermöglicht es uns, Absicherungsbausteine flexibel zu kombinieren. Damit können wir Lösungen sehr kurzfristig, effizient und schnell umsetzen“, ergänzt Schwarz. Ziel ist es, den Partnern von Credit Life International optimale Absicherungslösungen für den jeweiligen Markt zu bieten und dadurch die größtmöglichen Potenziale zu erschließen. Dazu beitragen soll auch die engere Einbettung von Credit Life International in die RheinLand Versicherungsgruppe. Die räumliche und organisatorische Nähe eröffnet beachtliche Synergieeffekte und bringt wichtige Impulse sowohl für den Vertrieb als auch für die Produktentwicklung.

### **Neuer Markenauftritt**

Im neuen Markenauftritt bleibt der Kernaspekt „Sicherheit“ unverändert bestehen und wird durch den neuen Claim „die Sicherheitsmanufaktur“ sogar noch verstärkt. Ganz besonders deutlich wird die neue Ausrichtung in der Bildsprache. Hier wurde ebenfalls der Gedanke der maßgeschneiderten Absicherungslösungen aufgegriffen und mithilfe von Konstruktionslinien und unterschiedlichen „Shapes“ visualisiert, die die Produktfelder darstellen. Die neue Bildsprache findet sich auch im neu gestalteten Internetauftritt wieder. Dieser stellt ganz bewusst die

Vertriebspartner und potenziellen Partner als Zielgruppe in den Mittelpunkt. Besonderer Wert wurde auf die Nutzerfreundlichkeit und die klare Vermittlung der Mehrwerte von Credit Life International gelegt. Dies dokumentiert auch das starke Vertrauen, das uns heute schon von unseren Kooperationspartnern entgegengebracht wird.

**Pressekontakt:**

Credit Life AG

Eva Schmalen

Telefon: 02131 / 2010 7244

E-Mail: [presse@creditlife.net](mailto:presse@creditlife.net)

Internet: [www.creditlife.net](http://www.creditlife.net)

**Über die Credit Life AG**

Unter der Marke Credit Life International vertreibt die Credit Life AG, ein Unternehmen der RheinLand Versicherungsgruppe, Restkreditversicherungen und Absicherungslösungen für wiederkehrende Zahlungsverpflichtungen. In diesem Segment verfügt der Spezialist über mehr als 35 Jahre Erfahrung. Die Versicherungsleistungen schützen sowohl den Finanzierungsgeber als auch den Finanzierungsnehmer gegen vorübergehende oder dauerhafte Ausfallrisiken.

Unterstützt durch hochmoderne Informationstechnologie, bietet Credit Life International die gesamte Prozesskette aus einer Hand: von der Produktentwicklung und Tarifikalkulation über Marketingunterstützung und ITSupport bis hin zur Schadensbearbeitung. Ergänzt wird das Portfolio um Risikolebens- und Garantiever sicherungen.

logo