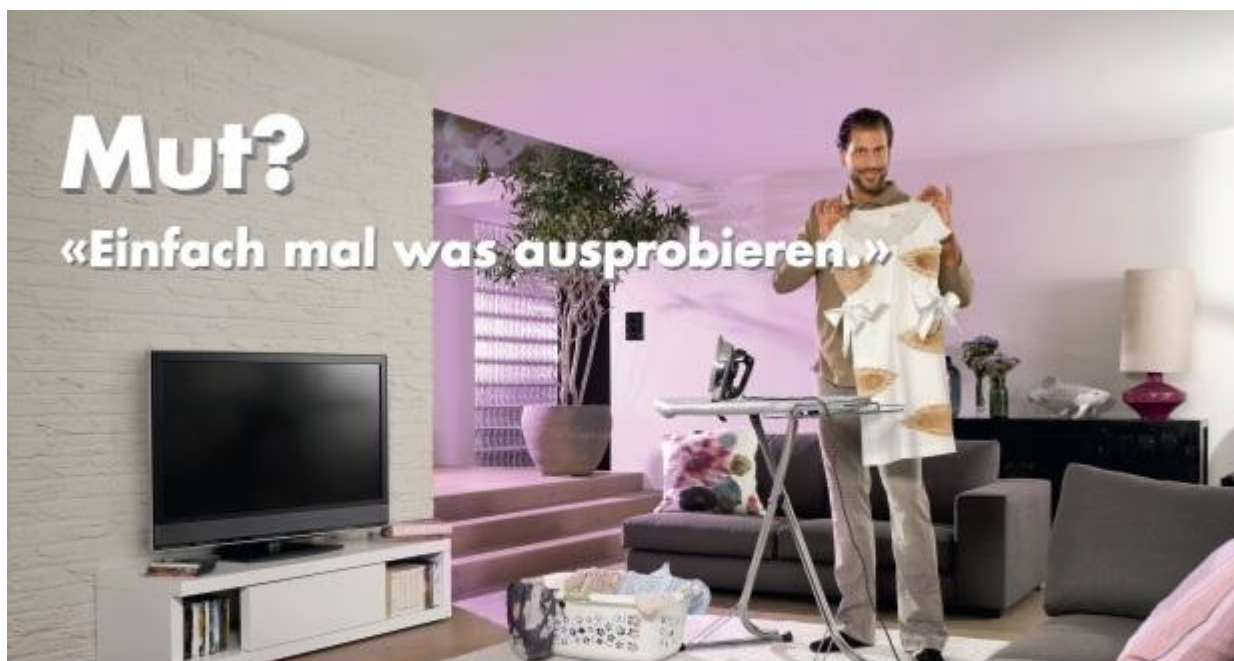


## Helvetia startet mit neuem Markenauftritt

**Die Schweizer Versicherung Helvetia startet das Jahr 2012 mit einem neuen, länderübergreifenden Marktauftritt. Die europaweit tätige Schweizer Versicherung Helvetia ist erstmals in der Geschichte des Unternehmens mit einem länderübergreifenden, einheitlichen Marken- und Werbeauftritt am Markt.**

4. Januar 2012 - **Die Schweizer Versicherung Helvetia startet das Jahr 2012 mit einem neuen, länderübergreifenden Marktauftritt.**

Die europaweit tätige Schweizer Versicherung Helvetia ist erstmals in der Geschichte des Unternehmens mit einem länderübergreifenden, einheitlichen Marken- und Werbeauftritt am Markt. Im Mittelpunkt der neuen Markenwelt steht der Dialog mit Kunden und Geschäftspartnern. Der Werbeauftritt stellt jeweils eine Frage ins Zentrum, die beim Betrachter eine Reaktion auslösen soll – zum Beispiel die Frage „Was ist Mut?“ Ganz bewusst verzichtet die Helvetia auf gängige Begriffe aus der Versicherungsbranche und setzt stattdessen auf länderübergreifende Impulswörter wie „Mut“. Diese machen in Kopf und Herz eine Welt auf und über sie kann jeder eine eigene Geschichte erzählen.



**Was immer Sie vorhaben. Wir sind für Sie da.**

Ihre Schweizer Versicherung.

**helvetia** 

Motiv Werbeauftritt: "In ihrem neuen Werbeauftritt setzt die Helvetia auf Impulswörter und verbindet

sie stets mit einer konkreten Frage - zum Beispiel: Was ist Mut?"

„Mut ist ein Wort, das alle Menschen bewegt. Mutig ist nicht nur, wer hohe Berge besteigt oder sich an einem Seil in die Tiefe stürzt. Mut brauchen wir alle, wenn wir die kleinen und großen Herausforderungen des Lebens meistern wollen“, so Marketingleiterin Beatrix Hübner.

Ziel des neuen Markenauftrittes ist eine europaweite Wiedererkennung, die die Bekanntheit und

das Profil der Helvetia nach außen weiter stärken.

Als wichtiges Element ihrer Markenkommunikation setzt die Helvetia künftig durchgängig den Claim „Ihre Schweizer Versicherung.“ ein und betont damit sowohl ihre Herkunft als auch ihre Leistung, die für Sicherheit, Stabilität, Tradition und Qualität steht.

Begleitet wird der neue Markenauftritt der Helvetia durch ein umfassendes und ebenfalls länderübergreifendes Ski-Engagement. Als Verbandssponsor von Swiss-Ski unterstützt die Helvetia rund 250 Athletinnen und Athleten aus acht Ski-Disziplinen und präsentiert sich erstmals im Rahmen des FIS Langlauf Weltcups in elf Ländern an über 70 Rennen.



"Impulswörter öffnen in Kopf und Herz eine Welt und sprechen nahezu alle Personen an, da fast jeder eine eigene Geschichte über sie erzählen kann", so Beatrix Höbner, Marketingleiterin der Helvetia.

Foto: Beatrix  
Höbner

#### **Kontakt:**

Helvetia Versicherungen  
Direktion für Deutschland  
Berliner Str. 56 - 58  
60311 Frankfurt a.M.

Beatrix Höbner  
- Leiterin Marketing -  
Tel.: 069 / 1332 - 627  
Fax: 069 / 1332 - 319  
E-Mail: [beatrix.hoebner@helvetia.de](mailto:beatrix.hoebner@helvetia.de)  
Webseite: [www.helvetia.de](http://www.helvetia.de)

#### **Über die Helvetia Gruppe**

Die Helvetia Gruppe ist in den vergangenen 150 Jahren aus verschiedenen schweizerischen und ausländischen Versicherungsunternehmen zu einer erfolgreichen, europaweit präsenten Versicherungsgruppe gewachsen. Heute verfügt die Helvetia über Niederlassungen in der Schweiz, in Deutschland, Österreich, Spanien, Italien und Frankreich. Der Hauptsitz der Gruppe befindet sich im Schweizerischen St. Gallen. Die Helvetia ist im Leben-, Schaden- und Rückversicherungsgeschäft aktiv und erbringt mit rund 4.900 Mitarbeitenden Dienstleistungen für mehr als zwei Millionen Kunden. Bei einem Geschäftsvolumen von 6,7 Milliarden Schweizer Franken erzielte die Helvetia im Geschäftsjahr 2010 einen Reingewinn von 341,5 Millionen Schweizer Franken. In der Schweiz zählt die Helvetia zu den sechs führenden Schweizer Versicherungsgesellschaften. Die Namenaktien der Helvetia Holding gehören zum Swiss Performance Index (SPI) und werden an der Schweizer Börse SIX Swiss Exchange unter dem

Kürzel HELN gehandelt.

In Deutschland betreut die Helvetia mit rund 720 Mitarbeitenden rund eine Million Kunden und ist in allen Sparten des Lebens- und Schaden-Unfallgeschäftes tätig.

