

cash.life AG – Neustart mit innovativem Marken- und Onlineauftritt

• Umzug des Büros nach Berlin • Marken- und Onlineauftritt werden persönlicher und transparenter • Fokussierung und Ausrichtung auf die optimale Verwertung von Lebensversicherungen • Vom Pionier zum modernen Dienstleister für Kunden und Vermittler

Die cash.life AG hat die Ende 2015 eingeleiteten Umstrukturierungsmaßnahmen erfolgreich abgeschlossen und konzentriert sich als Vorreiter und Pionier des Lebensversicherungszweitmarktes nun wieder komplett auf seine drei Kerngeschäftsfelder Policenbewertung, Policenverkauf und Policendarlehen. Mit neuen Mitarbeitern, neuen Räumen und neuem Elan bewertet und vermittelt cash.life von Berlin aus bestehende Lebensversicherungen.

„Wichtiger Teil unseres Neustarts ist der Livegang unserer neuen Website unter www.cashlife.de als Visitenkarte unseres Unternehmens“, erklärt Jens Grüneklee, Vorstand der cash.life AG. „Über das neue Onlineportal wollen wir wieder stärker mit Endkunden und Vermittlern in Verbindung treten.“

Das Corporate Design integriert sich nahtlos in den neuen, kanalübergreifenden Kommunikationsauftritt – lebendig und echt. „Eine klare und aufgeräumte Navigationsstruktur mit entsprechenden Farbfeldern sorgt für einen guten Überblick und somit hohe Benutzerfreundlichkeit. Weitere Infos erhält der Nutzer über intuitiv ausklappbare Navigationspunkte“, so Grüneklee und weiter: „Das Design des Webauftritts von cash.life ist responsive und für alle Tablets und Smartphones optimiert“.

Das neue Webdesign und die Programmierung stehen somit im Zeichen der zunehmenden mobilen Nutzung. Die Alternativen Policenbewertung, Policenverkauf und Policendarlehen werden übersichtlich dargestellt und verständlich erklärt. Die Onlinerechner ermöglichen in wenigen Schritten eine unkomplizierte Anfrage bzw. Angebotserstellung.

Der neue Web-Auftritt legt den Schwerpunkt auf großformatige persönliche Bilder des cash.life-Teams und illustriert Details von Wünschen und Hobbies des Teams, die auch Kunden haben könnten. Die Mitarbeiter zeigen, dass es ihnen persönlich wie auch beruflich auf Echtheit und Transparenz ankommt.

„Reisen, Oldtimer, Immobilien oder Gesundheitsthemen dienen als Beispiele dafür, welche Wünsche und Bedürfnisse die Versicherungsnehmer haben. Mit dieser Illustration der Mittelverwendung aus dem Verkauf oder der Beleihung einer Lebensversicherung wollen wir zeigen, dass sich die Wünsche der Versicherungsinhaber mit der Zeit verändern und cash.life dabei helfen kann, diese Wünsche und Bedürfnisse optimal zu erfüllen.“ sagt Jens Grüneklee.

Dies ist wichtig, denn die Deutschen sind nach wie vor unzufrieden mit ihrem liebsten und zum Teil kompliziertem Vorsorgeprodukt, der Lebensversicherung. In den vergangenen Jahren kündigten Versicherungsnehmer jährlich Policen im Wert von fast 15 Milliarden Euro und verschenkten dabei unnötig viel Geld.

„Hier werden wir künftig wieder verstärkt ansetzen und mit Schulungen, Webinaren und zahlreichen Informationsunterlagen für Vermittler und Kunden Aufklärungsarbeit leisten – sowohl persönlich, als auch auf unserer neuen Website“, so Nico Reinicke, Prokurist und Leiter

Operations bei cash.life. „Ebenso werden wir in Print-, Online- und auf Social-Media-Kanälen Informationen und Beiträge für Vermittler und Kunden nutzbar machen. Es ist Zeit aus den alten Mauern auszubrechen und moderne, großflächige Glaswände einzuziehen. Nur so können unsere Kunden und Vermittler erkennen, wer und was hinter der Fassade ‚Lebensversicherung verkaufen‘ steckt.“, so Reinicke weiter.

Pressekontakt:

Nico Reinicke
Telefon: +49 (0)30 9203333-17
E-Mail: nico.reinicke@cashlife.de

Unternehmen

cash.life AG
Alte Jakobstraße 85/86
10179 Berlin

Internet: www.cashlife.de

Über cash.life AG

1999 startete die cash.life AG als Aufkäufer von Lebensversicherungen. Der Zweitmarkt für Lebensversicherungen war geboren. Seitdem hat cash.life die Angebotspalette kontinuierlich erweitert. So kam im Jahr 2006 ein weiteres Angebot auf den Markt: das cash.life-Policendarlehen. Das Konzept: Der Kunde tritt einen Teil seiner Police an die refinanzierende Bank ab. Die Police wird jedoch nicht gekündigt oder verkauft, sondern bleibt dem Kunden erhalten. Mit der cash.life-Policenbewertung können Direktkunden und Vermittler laufende Lebensversicherungen überprüfen lassen. In den vergangenen 15 Jahren hat sich die cash.life AG also vom Pionier des Zweitmarkts für Lebensversicherungen zur umfassenden Finanzplattform gewandelt. Rund 30.000 Experten wie Versicherungsvermittler, Versicherungsmakler, Banken und Steuerberater arbeiten mit der cash.life AG zusammen. Seit 1999 hat die cash.life AG deutsche Kapitalversicherungen im Wert von mehr als zwei Milliarden Euro angekauft und platziert. cash.life verwaltet zudem Portfolien im Wert von rund 220 Millionen Euro und ist Mitglied im Bundesverband Vermögensanlagen im Zweitmarkt Lebensversicherungen e. V. (BVZL).

Pressekontakt:

Johannes Scherer
Telefon: 089 / 693513 - 18
Fax: 089 / 693513 - 15
E-Mail: johannes.scherer@aragonmedia.de

Unternehmen

ARAGON MEDIA
Rosenheimer Straße 139
81671 München

Internet: www.aragonmedia.de