

PRESSEMEDDELELSE

24. oktober 2012

Gjensidige vil endnu tættere på kunden med ny visuel profil og mærkevarestrategi

Et af nordens største forsikringsselskaber fornyer logo og visuelt udtryk som led i en større mærkevarestrategi. Gjensidige Forsikring vil være til stede i folks liv både før, under og efter en skade.

Gjensidige vil være det mest kundeorienterede forsikringsselskab i Norden, og for at understøtte den position, lanceres nu en fornyelse af hele mærkevaren. Den ikoniske vægter, der har støttet Gjensidige i 80 år, får for fjerde gang et ansigtsløft.

"Med det nye logo tager vi det bedste fra vores historie og tilpasser det fremtiden. I tillæg til det nye logo, skaber vi en mere uhøjtidelig og nærværende stil med vores visuelle udtryk," siger Cecilie Ditlev-Simonsen, koncerndirektør i Gjensidige med ansvar for kommunikation, brand og marketing.

Ny visuel profil skal understøtte positionen i markedet

Den nye visuelle profil er en vigtig del af Gjensidiges fremtidige mærkevarestrategi og skal bidrage til at formidle, at "vi kender kunden bedst og involverer os mest". Vi ønsker at sætte en ny branchestandard for kundeorientering og får nu et friskt og moderne udtryk, som signalerer, at vi er til stede i alle faser af folks liv.

"Vægteren er et symbol på den moderne forsikringskoncerns fornemste opgave: at skabe tryghed og passe på borgerne. Den nye profil og mærkevaresatsning passer godt til den danske stil og vil bidrage til at styrke Gjensidiges position og synlighed i Danmark," siger Kim Rud-Petersen, koncerndirektør, Nordic.

"Det er godt at være forberedt"

Kommunikationskonceptet "Det er godt at være forberedt" vil præge Gjensidiges markeds- og kundekommunikation fremover.

"Vi skal vise, at vi er til stede i folks liv både før og efter en skade – gennem skadeforebyggelse, risikostyring, rådgivning, gode forsikringsprodukter og effektive skadebehandlingsprocesser," fortæller Kim Rud-Petersen.

Den nye profilering starter primo december 2012 og sker i faser. Men allerede under EM i håndbold i Serbien til december vil man kunne se Gjensidiges nye logo på brystet af det norske kvindelige håndboldlandshold.

[Se en kort film om Gjensidiges nye mærkevare her.](#)



Yderligere information

Kommunikationschef Trine Andrup,
tran@gjensidige.dk
mobil +45 27 52 51 06

Gjensidige er et ledende nordisk skadeforsikringsselskab bygget af kunder, for kunder. Koncernen har været noteret på Oslo Børs siden 2010. I snart 200 år har vi ansat ildsjæle, som arbejder for at sikre kundernes liv, helbred og værdier. Vi er 3.116 medarbejdere, heraf 495 i Danmark, og vi tilbyder skadeforsikring i Norge, Danmark, Sverige og Baltikum. I Norge tilbydes også bank og pension. Driftsindtægterne var 19,4 mia. NOK i 2011, mens forvaltningskapitalen udgjorde 88,5 mia. NOK.