

Beilage 2 – neues Erscheinungsbild

200 Jahre Gebäudeversicherung Bern (GVB)

Das neue Kleid symbolisiert Kundennähe und Aufbruch in die Zukunft

Bern, 11. Januar 2007 – Zum 200-jährigen Jubiläum hüllt sich die GVB in ein neues Kleid. Der zeitgemässe und frische Auftritt versinnbildlicht die Identität der GVB als selbständiges, zukunftsorientiertes Versicherungsunternehmen mit grosser Kundennähe.

«Wenns drauf ankommt», lautet der neue Slogan der Gebäudeversicherung Bern (GVB). Aus dem Logo verabschiedet hat sich der Berner Bär, geblieben ist das Quadrat mit der Farbe Rot. Dieses steht für das Kerngeschäft der GVB: das Versichern. Umrahmt wird es von einem orangefarbenen Winkel. Dieser steht für den Bereich Sichern, also für jene Aktivitäten, die das Kerngeschäft ergänzen. Dazu gehört beispielsweise die Prävention.

Authentische Kundenporträts als Bildwelt

Die GVB will die Bedürfnisse ihrer Kunden kennen und bestmöglich erfüllen. Starke und authentische Kundenporträts unterstreichen diese Haltung und prägen deshalb die neue Bildwelt. Aus verschiedenen Regionen wurden GVB-Kunden porträtiert: vom Jura übers Seeland bis ins Oberland. Alle strahlen mit ihrer selbstbewussten Haltung viel Vertrauen aus. Für dieses Vertrauen sorgt die GVB, indem sie zu den tiefst möglichen Prämien sichert und versichert. Und indem sie für ihre Kunden da ist, gerade wenns drauf ankommt.

Weitere Auskünfte erteilt:

Bernhard Müller, Leiter Kommunikation, Gebäudeversicherung Bern

Tel: 031 925 16 04, Fax: 031 925 16 16, Mobil: 079 467 32 88, E-Mail: bmueller@gvb.ch