

Medienmitteilung

Swiss Re lanciert zu ihrem 150-Jahr-Jubiläum neue Brand-Strategie und modernisiertes Logo

Zürich, 19. Dezember 2013 – Am Tag seines offiziellen 150-Jahr-Jubiläums präsentiert der führende Rück-/Versicherer Swiss Re eine neue Brand-Strategie und ein modernisiertes Logo. Mit dem neuen Markenversprechen "We're smarter together" möchte Swiss Re das Wachstum unterstützen und sich von ihren Konkurrenten abheben.

Group CEO Michel M. Liès: "In den letzten 150 Jahren hat Swiss Re Menschen dabei unterstützt, zukunftsweisende Ideen in die Tat umzusetzen. Oder ihnen geholfen, wieder auf die Beine zu kommen, wenn unerwartete Ereignisse sie aus der Bahn geworfen haben. Wir nahmen unser Jubiläum zum Anlass, unsere Positionierung zu überprüfen und ein neues Brand-Versprechen zu lancieren. Mit 'We're smarter together' betonen wir unser Verständnis von Partnerschaft, die wir als Knowledge Company brauchen, um zusammen mit unseren Kunden erfolgreich zu sein. Gemeinsam wollen wir das Problem der Unterversicherung in weiten Teilen der Welt angehen und Deckungslücken schliessen. Viele Menschen, Unternehmen und Länder verfügen nach wie vor über keinen wirksamen Versicherungsschutz."

Lancierung der neuen Brand-Strategie und eines modernisierten Logos

Aus wirtschaftlicher und strategischer Sicht ist die Brand für Swiss Re sehr wichtig. Deshalb will das Unternehmen sie schützen und ständig weiterentwickeln. Die Brand-Strategie von Swiss Re wurde nach intensiven Diskussionen mit internen und externen Interessengruppen angepasst. Swiss Re wird aktuell mit Qualitäten in Verbindung gebracht wie Fachkompetenz, globale Ausrichtung, Integrität, Finanzstärke und Tradition. Die Geschäftsleitung will auf diesen Stärken aufbauen, künftig aber auch auf Attribute setzen wie Emotionalität, Zusammenarbeit und den Nutzen für Kunden und die Gesellschaft insgesamt. Damit möchte sich das Unternehmen noch stärker von seinen Mitbewerbern abheben.

Ein Teil der Anpassung ist die Modernisierung des Swiss Re-Logos zu einem markanteren Symbol. Die Säulen stehen weiterhin für Stabilität, der neue Kreis stellt den Kundenfokus und die globale Ausrichtung dar. Der Verwaltungsrat und die Geschäftsleitung bekräftigten auch die Ein-Brand-Strategie für den gesamte Konzern und seine drei Geschäftseinheiten.

Media Relations,
Zürich
Telephone +41 43 285 7171

Corporate Communications,
Hong Kong
Telephone +852 2582 3660

Corporate Communications,
New York
Telephone +1 914 828 6511

Investor Relations,
Zürich
Telephone +41 43 285 4444

Swiss Re AG
Mythenquai 50/60
Postfach
CH-8022 Zürich

Telephone +41 43 285 2121
Fax +41 43 285 2999
www.swissre.com

Publikation eines Buches zur Geschichte von Swiss Re

Swiss Re veröffentlicht zudem ein Jubiläumsbuch zur Geschichte des Unternehmens und der gesamten Versicherungswirtschaft. Es ist auf Deutsch und Englisch erhältlich und beschreibt die Entwicklung von Swiss Re vom kleinen Start-up in der Zürcher Altstadt zu einem der grössten Unternehmen der Branche mit mehr als 11 000 Angestellten an über 60 Standorten. Die Publikation ist mit Fotos und Drucken reich illustriert und gliedert sich in drei Teile: die Entstehung der Versicherungsindustrie, die Entwicklung der Rückversicherungsbranche und schliesslich die Geschichte von Swiss Re selbst. Die Autoren sind Peter Borscheid, Professor Emeritus für Sozial- und Wirtschaftsgeschichte der Universität Marburg (Versicherungsteil), David Gugerli, Professor für Technikgeschichte an der ETH Zürich (Rückversicherungsteil) und Tobias Straumann, Dozent der Forschungsstelle für Sozial- und Wirtschaftsgeschichte der Universität Zürich (Swiss Re-Teil). Der Herausgeber ist Harold James, Geschichtspräsident an der Princeton University, USA. Das Vorwort verfasste Walter B. Kielholz, Präsident des Verwaltungsrates der Swiss Re Gruppe.

"Als Rückversicherer musste Swiss Re ihr Geschäft schon früh global ausrichten, um das Risikoportefeuille zu diversifizieren. Folglich haben viele grosse Katastrophen Spuren in den Büchern des Unternehmens hinterlassen: das Erdbeben von San Francisco im Jahr 1906, der Untergang der Titanic, die Weltwirtschaftskrise, die Hurrikane Andrew und Katrina sowie 9/11. Gleichzeitig war das Unternehmen auch immer sehr stark mit der Schweiz verbunden und profitierte von den Stärken und Werten, die mit der «Marke Schweiz» verbunden werden", kommentiert Tobias Straumann.

Bemerkungen für die Redaktionen

Swiss Re

Die Swiss Re Gruppe ist ein führender Wholesale-Anbieter von Rückversicherung, Versicherung und anderen versicherungsbasierten Formen des Risikotransfers. Die von Swiss Re direkt oder über Broker betreuten internationalen Kunden sind Versicherungsgesellschaften, mittlere bis grosse Unternehmen und Kunden des öffentlichen Sektors. Swiss Re nutzt ihre Kapitalstärke, ihre Fachkompetenz und ihre Innovationsfähigkeit zur Entwicklung von Lösungen, die von Standardprodukten bis hin zu ausgeklügelten kundenspezifischen Versicherungsdeckungen für sämtliche Geschäftssparten reichen und das Eingehen von Risiken ermöglichen, was für Unternehmen und den allgemeinen Fortschritt von wesentlicher Bedeutung ist. Swiss Re wurde 1863 in Zürich gegründet und ist über ein Netz von Gruppengesellschaften und Vertretungen an mehr als 60 Standorten präsent. Das Unternehmen wird von Standard & Poor's mit «AA-», von Moody's mit «Aa3» und von A.M. Best mit «A+» bewertet. Die Namenaktien der Holdinggesellschaft für die Swiss Re Gruppe, Swiss Re AG, sind an der Schweizer Börse SIX Swiss Exchange kotiert und werden unter dem Tickersymbol SREN gehandelt. Für weitere Informationen zur Swiss Re Gruppe besuchen Sie unsere Website www.swissre.com oder folgen Sie uns auf Twitter [@SwissRe](https://twitter.com/SwissRe).

For logos and photography of Swiss Re executives, directors or offices go to www.swissre.com/media



For media 'b-roll' please send an e-mail to media_relations@swissre.com

