



münchener verein

Zukunft. In besten Händen.

Zeitgemäß in die Zukunft.

Das Wichtigste zum Marken-Relaunch.



Wir haben aus gut noch besser gemacht.

Der neue Auftritt des Münchener Verein.

Es ist soweit: Der Münchener Verein zeigt sich im neuen Design. Vielseitig und facettenreich, modern und zeitgemäß, emotional und einladend. Der Auftritt präsentiert sich nach innen und außen in optischer und gestalterischer Einheit und lässt dennoch Platz für Flexibilität. Das Ziel einer übergreifend einheitlichen Wahrnehmung mit hohem Wiedererkennungswert und markanter Einzigartigkeit ist erreicht.

Die neue Frische beginnt bereits beim Logo, das behutsam modifiziert eine neue Leichtigkeit erreicht. Das Blau, das in seinem Ton dem des bayerischen Staatswappens entspricht, verbindet uns traditionsreich mit der Heimat.

Die Bildmarke bringt unsere Stärke, der Slogan ein konkretes Nutzenversprechen auf den Punkt: „Zukunft. In besten Händen“.

Beim neuen Markenauftritt verzichten wir bei der Nennung des Firmennamens auf den Begriff „Versicherungsgruppe“.



MV-Blau



MV-Grau

vorher



MÜNCHENER VEREIN
VERSICHERUNGSGRUPPE

Der Generationen-Versicherer

nachher



münchener verein

Zukunft. In besten Händen.

Die Minuskeln der Bildmarke liegen der neuen Hauschrift „FF Netto OT Regular“ zugrunde.

Für die Bildmarke wurden die Buchstaben mv zeichnerisch optimiert. Strichstärken, Rundungen, Abstände, Schultern und Dicken sind überarbeitet.

Zudem ist der rechte Aufstrich des v verlängert. Dadurch assoziiert das v einen Aufschwung bzw. einen Haken, der auch als Aufzählungspunkt dient.

- ✓ vielseitig und facettenreich
- ✓ modern und zeitmäßig
- ✓ hoher Wiedererkennungswert

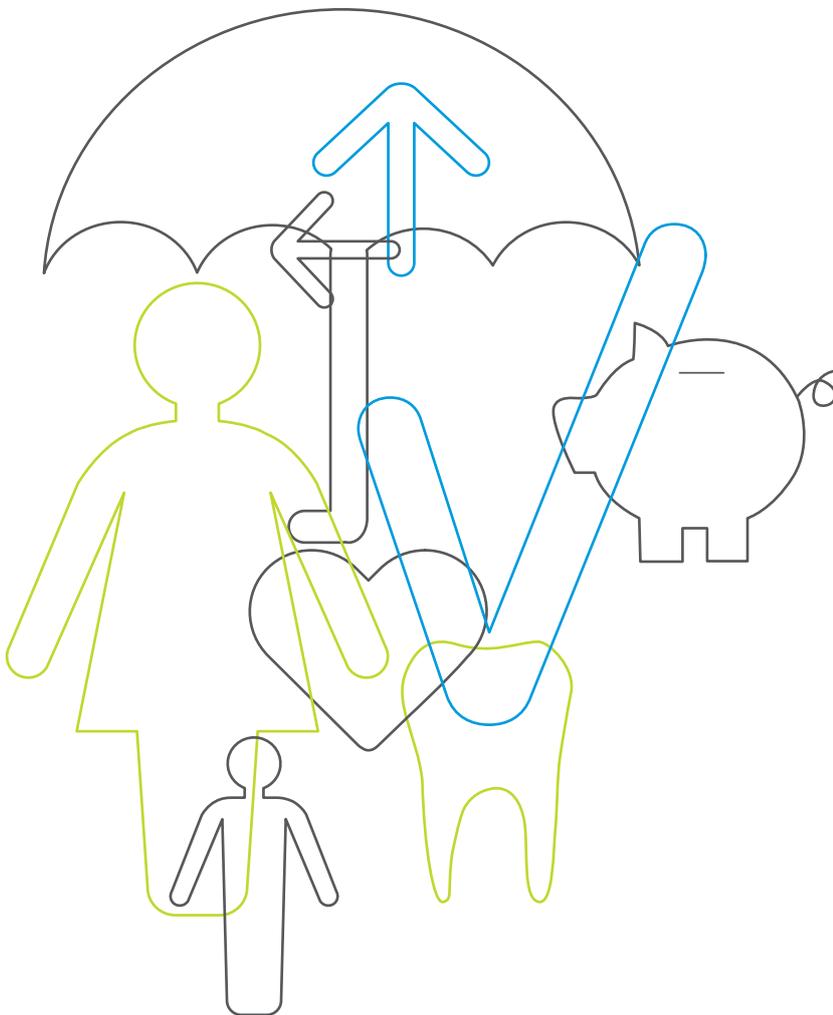
Das Logo des Münchener Verein besteht aus der Kombination der beiden Farben MV-Blau und MV-Grau. Das Blau repräsentiert den Münchener Verein. Der Einsatz in verschiedenen Kommunikationsmitteln dient der Wiedererkennung.

Die Zeiten ändern sich.

Die Kommunikation mit unseren Kunden auch.

Unser neues Design schafft es, unsere Versicherungsgruppe auch nach außen so zu präsentieren, wie sie längst ist: ein umfassender, kompetenter und aktiver Dienstleister mit einem vielseitigen Produktangebot. In der Kommunikation bewahren wir durchaus traditionelle Werte – schließlich sind Qualität, Sicherheit und Solidität zentrale Grundlagen für das Vertrauen in unsere Leistung.

Gleichzeitig sorgt unser neues Konzept für frischen Wind: Bildsprache, Schriftarten, grafische Anordnung und Aufteilung stehen ganz im Zeichen eines zeitgemäßen Dialogs mit unseren Zielgruppen. So entsteht ein Erscheinungsbild aus einem Guss, das vor allem durch ein hohes Maß an Emotionalität für ein sympathisches, dynamisches Image sorgt.



Hände
Partnerschaft
VERTRAUEN
Zukunft
Lebensqualität
Fürsorge

Die neue Hausschrift des Münchener Verein ist die FF Netto von Daniel Utz aus dem Jahre 2008.

Die FF Netto basiert auf der Idee, eine schnörkellose Schrift mit so wenig historischem Ballast wie möglich zu entwickeln. Die einzelnen Buchstaben sind auf ihre charakteristischen Grundformen reduziert und von allen verzichtbaren Details befreit. So besticht sie durch ihre reduzierten Formen und eine moderne Anmutung.

Die eigens für den Münchener Verein gezeichneten Piktogramme sind in Form und Anmutung der Schrift FF Netto angeglichen.

In besten Händen.

Unser Versprechen – erkennbar auf den ersten Blick.

Dass die Leistungen des Münchener Verein stimmen, bestätigt der Erfolg unserer maßgeschneiderten Produkte. Jetzt vermitteln auch unsere Werbemittel mit ihrem starken Schlüsselbild unsere Botschaft: Die offenen

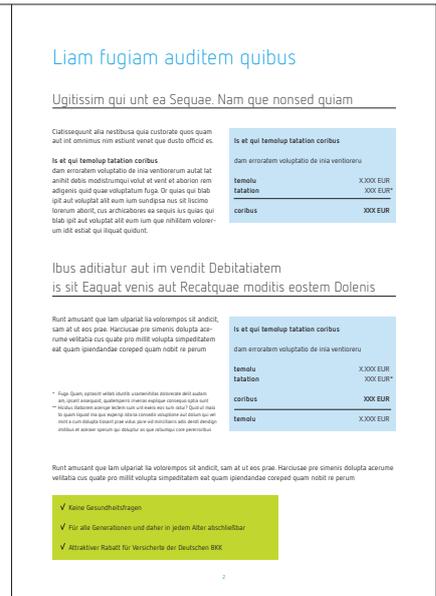
Hände werden zum zentralen Symbol für Schutz und Sicherheit und zum einheitlichen Titelement in unseren Publikationen und dienen als Bühne für die themenbezogenen Motive.



Prospekt Titel



Prospekt Innenseiten



Die **Titelseiten** der einzelnen Publikationen des Münchener Verein sehen eine klar strukturierte Gestaltung vor. Das Logo ist grundsätzlich oben rechts angeordnet. Die Headline in MV-Blau schafft die farbliche Verbindung zum Münchener Verein und setzt mit markanter Schriftgröße und bis zu 3 Zeilen den Fokus im oberen Drittel. Eine Subheadline in Schwarz gibt Informationen zum konkreten Produkt. Die zentrale Fläche ist dem Bildmotiv gewidmet, das durch Emotionalität besticht; das Motiv der Hände wird zum durchgängigen Schlüsselbild im Corporate Design.

Die **Innenseiten** der Publikationen präsentieren sich in lesefreundlicher Mischung: Emotionale, großzügige Peopleaufnahmen, Piktogramme und Grafiken durchsetzen die Textinhalte und tragen zu einem aufgelockerten Gesamtbild mit viel Weißraum bei. Umfangreiche Inhalte werden strukturiert. Der ein- oder zweispaltige Textaufbau ist in lesefreundliche Portionen unterteilt, zu dem die Gliederung mit Headlines, Zwischenheadlines und Linien beiträgt. Farbrunterlegungen, vornehmlich im MV-Blau, sowie Akzente mit der Zusatzfarbe MV-Grün sorgen für Lebendigkeit. Bilder sind großzügige, einseitige, freigestellte Motive mit leichtem Schatten.



Anzeigen bilden bei ausreichender Größe immer das Schlüsselbild ab. Das Logo sitzt wie in allen anderen Printmedien immer oben rechts. Die Anzeige hat in der Regel einen MV-Blau-Anteil von etwa 2/5.

Unsere Mitarbeiter.

Kompetent, engagiert
und auch als Models die ideale Besetzung.

Dass wir uns für den Neuauftritt moderne, zeitgemäße
Bildaufnahmen wünschten, versteht sich von selbst.
Doch wir wollten noch mehr: ein möglichst authentisches
Bild des Münchener Verein.

Die Lösung lag auf der Hand: Wir entschieden uns
bewusst gegen gebuchte Models und haben unsere
Mitarbeiter in unseren Fotos zu Hauptakteuren gemacht.
Das Ergebnis kann sich sehen lassen: Denn hier lächeln
Ihnen echte Emotionen entgegen – von genau den
Menschen, die mit Engagement und Leidenschaft
hinter dem Münchener Verein stehen.





Ganz einfach.

Alle Vorlagen sind für Sie abrufbereit.

Nutzen Sie den neuen, aktuellen Auftritt – als Mitarbeiter unserer Versicherungsgruppe oder als Partner im Außendienst: Von Visitenkarten und Briefbögen bis zu Anzeigen und Prospektmaterial haben wir neue Vorlagen für Sie bereitgestellt. In unserem Corporate Design-Handbuch finden Sie außerdem alle Richtlinien Festlegungen und Beispiele, anhand derer Sie Publikationen im einheitlichen MV-Look ganz leicht erstellen können.

Ansprechpartner für alle Fragen zum neuen Markenauftritt:

Produktmanagement/Marketing P+M

Unser Partner:

acm Werbeagentur GmbH
Welfenstraße 22 · 81541 München
Tel. 089 / 48 09 01-0 · Fax 089 / 48 09 01-94
info@acm.de · acm.de



münchener verein

Zukunft. In besten Händen.

Münchener Verein
Pettenkoferstr. 19 · 80336 München
Tel. 089/51 52-10 00 · Fax 089/51 52-15 01
info@muenchener-verein.de
www.muenchener-verein.de