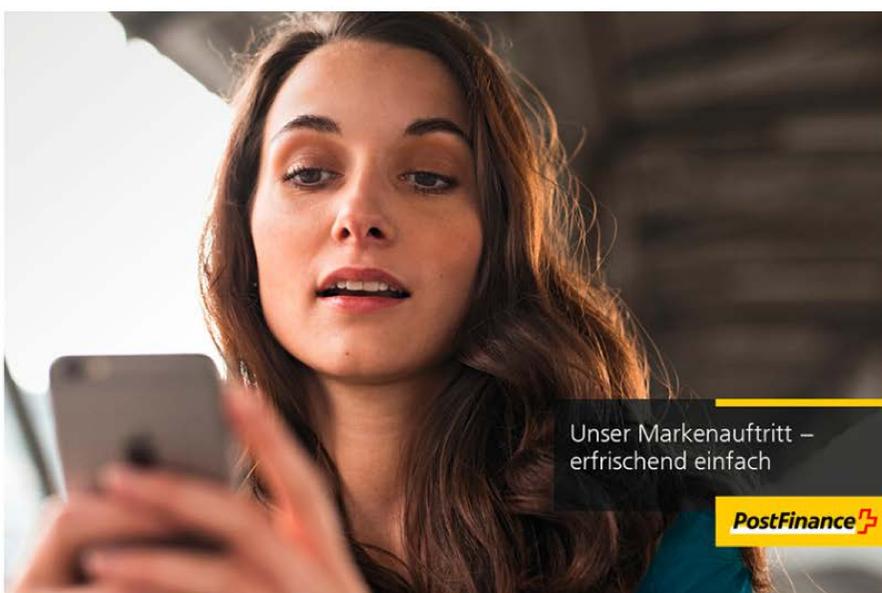




Marken  
Branders

## Branders unterstützt PostFinance beim neuen Markenauftritt

Auf Basis der Markenpersönlichkeit wird das Konzept für den Markenauftritt von PostFinance durch Branders modernisiert.



Ob im Zahlen, Sparen, Anlegen, Vorsorgen oder Finanzieren – PostFinance sieht sich als Partner im täglichen Umgang mit Geld. Die Produkten sollen verständlich sein und die Konditionen fair.

Darauf zielt das Lebensgefühl der Marke PostFinance: «Die Freude am Umgang mit Geld – mit einer erfrischenden Einfachheit, die begeistert.» Der Kontakt mit PostFinance soll unkompliziert sein und positive Emotionen vermitteln. PostFinance ist mitten im Alltag der Kunden, geschäftlich und privat, digital und physisch.

Die Marke setzt eigene Akzente in einem zunehmend umkämpften Markt – selbstbewusst, modern und doch mit Bodenhaftung. Die Bildwelt fängt emotionale Momente ein und hält die Kraft des Augenblicks fest. Es sind starke Bilder, die mit spontaner Überraschung und echter Nähe bewegen.

Typisch für den Auftritt von PostFinance sind neben der Bildwelt die plakative Typografie auf schwarzer Fläche mit dem bewährten Logo und seiner Farbe. Der neue Auftritt wird in Zusammenarbeit mit weiteren Partnern von PostFinance laufend auf allen Medien eingeführt.



**Verantwortlich bei PostFinance:** Ursula Käser Aebi (Leiterin Kommunikation, Gesamtverantwortung), Thomas Zimmermann (Leiter Markensteuerung und Sponsoring), Kathrin Schürch (Projektleitung). **Verantwortlich bei Branders:** Pascal Geissbühler (Head of Strategy, Gesamtverantwortung), Philipp Knupp (Strategy Director), Ina Bernhardt (Brand Consultant), Thom Pfister (Creative Director), Palma Manco, Maria Fahringer (Senior Brand Designer), Dorothee Aargast (Brand Designer).