

## Pressemitteilung

### **Hanseatic Bank stellt Kunden mit neuer Marken- und Kommunikationsstrategie noch stärker in den Mittelpunkt**

**Hamburg, 07. September 2017** – Die Hanseatic Bank setzt auf eine umfassende Neuausrichtung ihrer Marken- und Kommunikationsstrategie. Ziel ist es, den Kunden noch stärker in den Mittelpunkt des Handelns zu stellen. Erster sichtbarer Kommunikationsbaustein ist die neu gestaltete Website der Privatbank, die nun sukzessive mit weiteren Inhalten gefüllt und zusätzlichen Funktionen ausgestattet wird. Die Struktur sowie das farbliche und sprachliche Konzept sorgen für eine klare, verständliche Online-Präsenz. „Unser Know-how und unsere Serviceorientierung zeichnen uns aus. Das soll auch nach außen klar transportiert werden. Die Hanseatic Bank als Marke wird so für unsere Kunden noch spürbarer“, sagt Anna Raedler, Bereichsleiterin Marketing und Kooperationen bei der Hanseatic Bank.

#### **Optimierte Menüführung und moderner Look**

Dank Responsive Design für die Darstellung auf jedem Endgerät geeignet, bietet die neue Website als zentraler Kontaktpunkt jetzt eine noch bessere Funktionalität durch eine intuitive und übersichtliche Menüführung. Auch das leicht überarbeitete Hanseatic Bank Logo hat passend zur neuen Markenkommunikation eine behutsame Modernisierung erfahren und ist durch die zweizeilige Darstellung jetzt präsenter. Das neue Corporate Design präsentiert sich in einer emotional ansprechenden Farbwelt. Dabei wird das bekannte Hanseatic Bank Rot nun um ein warmes dunkles Bordeaux, einen frischen Lachston und ein harmonisches Beige ergänzt.

#### **Direkter Austausch per Chat geplant**

Um mehr über die Wünsche und Bedürfnisse ihrer Kunden zu erfahren und stärker darauf eingehen zu können, wird aktuell an einer Chat-Möglichkeit für die Website gearbeitet. „Unser Anspruch ist es, auch beratungsintensive Produkte einfach zu erklären – sowohl im persönlichen Gespräch als auch online“, erklärt Raedler. „Deswegen nehmen wir uns Zeit im Kontakt mit den Kunden, hören zu und versuchen, für jeden die passende finanzielle Unterstützung oder Lösung zu finden.“ Neben den Chatmöglichkeiten soll es zukünftig auch einen Blog mit aktuellen Themen rund um das Bankgeschäft geben. Schritt für Schritt wird das neue Design an allen Kontaktpunkten Einzug halten. Dabei werden die gesamte Kundenkommunikation sowie das Erscheinungsbild in den bundesweit zehn Filialen umgestellt.

## **Über die Hanseatic Bank GmbH & Co KG**

Als Privatbank mit Hauptsitz in Hamburg ist die Hanseatic Bank bundesweit tätig. Gegründet 1969 als Teilzahlungsbank, um das umfangreiche Warenfinanzierungsgeschäft für Kunden des Otto Versands abzuwickeln, wurde sie 1976 zur Vollbank umgewandelt. Im Jahr 2005 übernahm die französische Großbank Société Générale 75 Prozent der Anteile an der Hanseatic Bank, 25 Prozent hält weiterhin die Otto Group. Die Hanseatic Bank hat sich mit den Bereichen Konsumentenkredite, Einlagen, Versicherungen und Factoring auf vier Geschäftsfelder spezialisiert. Besonders mit ihren innovativen Kreditkartenprodukten ermöglicht die Hanseatic Bank ihren Handelspartnern flexible Finanzierungsmodelle für jeden Vertriebsweg und zugleich ein wirksames Mittel zur Kundenbindung.

Weitere Informationen über die Hanseatic Bank erhalten Sie unter <https://www.hanseaticbank.de>

## **Pressekontakt**

Corelations

Agentur für Public Relations

Kathrin-Luise Fiesel, Tel. (040) 6461-5305

Gabi Westerteiger, Tel. (040) 6461-5372

Werner-Otto-Straße 1-7, 22179 Hamburg

Mail: [kathrin-luise.fiesel@corelations.de](mailto:kathrin-luise.fiesel@corelations.de)

Mail: [gabi.westerteiger@corelations.de](mailto:gabi.westerteiger@corelations.de)