

PRESSEMELDUNG

„Wertpapier“ Geschäftsbericht PRISMA und IDENTITÄTER setzen auf bilanzierte Markenwerte

Wien, 12. Mai 2009: Wer kennt sie nicht, die Geschäftsberichte? Die Zahlenhaufen mit den vielen schönen Bildern. Bunt, teuer, downloadbar, austauschbar. Damit ist dem Gesetz Genüge getan. Nach der Presseaussendung stehen sie im Regal und verstauben - wie die aus den Vorjahren.

Es gibt aber auch andere Wege: „Unternehmen, die sich an ihren Markenwerten orientieren, tun dies nicht nur in der Führung, im Personalwesen und in ihrer Kommunikation. Auch in ihren Geschäftsberichten sind die Werte spürbar, der rote Faden für alle sichtbar“, so Karin Krobath, Partnerin von IDENTITÄTER®. Der Kreditversicherer PRISMA geht diesen Weg schon seit Jahren konsequent. Die Markenwerte „*partnerschaftlicher – transparenter – ambitionierter*“ prägen das gesamte Unternehmen und damit auch seine Geschäftsberichte. Klar und authentisch, ohne grafischen Firlefanz wird das Wichtige für Mitarbeiter und Kunden sichtbar.

„Wir nehmen den Geschäftsbericht jedes Jahr zum Anlass, um unsere Mitarbeiter als Fotomodels ins Rampenlicht zu stellen“, erklärt Melitta Schabauer, Leiterin Externe Kommunikation von PRISMA. „Denn sie sind es, die unsere Markenwerte täglich leben, daher verkörpern sie authentisch, was bei uns wichtig ist.“ Im soeben erschienenen Geschäftsbericht 2008 dreht sich alles um den Wert *partnerschaftlicher*. „In Zeiten der Krise brauchen die Kunden Partner, die mit ihnen durch dick und dünn gehen.“ Genau das zeigen die Fotos von Markus Rössle im Artwork von Robert Kneitschel, adhoc-Design, Menschen, die mit dem richtigen Partner Halt finden und dabei in Bewegung bleiben.

Im Jahr 2007 war das Thema der Markenkern *Näher dran!* – umgesetzt durch das Kinderspiel „Ich seh, ich seh, was du nicht siehst.“ Zuvor 2006 stand *transparenter* im Mittelpunkt. Mitarbeiter rückten mit großen Werkzeugen der alten, unverständlichen Versicherungssprache zu Leibe. 2005 stand ganz im Zeichen des Markenrelaunches und der erstmaligen Darstellung der drei neu definierten Markenwerte.

Die Geschäftsberichte sind unter

<http://www.prisma-kredit.com/de/unternehmen/seiten/geschaeftsbericht.aspx> zu sehen.

PRISMA Kreditversicherungs-AG wurde 1989 gegründet. 2008 erzielte PRISMA 56 Mio. Euro Umsatz. PRISMA ist zu 100 % Tochter der OeKB EH Beteiligungs- und Management AG. Die Oesterreichische Kontrollbank AG hält 51 % der Managementholding, 49 % hält die Euler Hermes Kreditversicherung AG, Hamburg. Die Euler Hermes Gruppe ist Weltmarktführer in der Kreditversicherung und gehört zum Allianz-Konzern.

IDENTITÄTER wurde 2004 gegründet und hat Standorte in Wien, Salzburg und Feldkirch. Auf Internal Branding spezialisiert, entwickelt sie Unternehmen durch die Kraft der Marke. Dazu verbinden die Identitäter das Know- und Do-how aus Kommunikation und Organisationsentwicklung. Fokus: Mitarbeiter als wirkungsvolle Markenbotschafter.

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

- **Mag. Melitta Schabauer**, Pressesprecherin der PRISMA Kreditversicherungs-AG
Tel +43 (0)5 01 02-1410, mobil: +43/664 80102 1410
E-Mail: m.schabauer@prisma-kredit.com
- **Dr. Karin Krobath**, IDENTITÄTER
Mobil: +43/699 1077 6611
E-Mail: karin.krobath@identitaeter.at