

Neuer Look, starker Auftritt, S kommt:

Die Naspas wird rot und betont Zugehörigkeit zur Sparkassen-Finanzgruppe

- **Große Einführungskampagne unter dem Motto „S kommt“ im Herbst**
- **Offizielle Umstellung zum Jahr des 175-jährigen Jubiläums 2015**
- **Kunden profitieren von strategischem Relaunch**

Wiesbaden, 9. Oktober 2014 – Langjährige Geschichte, beste Beratung, hochwertige Finanzprodukte – die Nassauische Sparkasse (Naspa) mit Stammsitz in Wiesbaden (Hessen) gehört nicht nur zu den größten, sondern auch zu den führenden Sparkassen Deutschlands. Zum Jahr ihres 175-jährigen Jubiläums 2015 steht jetzt ein weiterer wichtiger Schritt ihrer Historie an: Die Naspa, bisher erkennbar an den Farben blau-orange, wird rot und verdeutlicht damit künftig auch optisch ihre Zugehörigkeit zur Sparkassen-Finanzgruppe. Die Umstellung des Auftritts wird nun im Rahmen einer großen Einführungskampagne unter dem Motto „S kommt“ eingeleitet. Die ersten Auswirkungen werden bereits im Herbst in den Finanzcentern sichtbar sein. Stephan Ziegler, Vorstandsvorsitzender der Naspa: „Die Umstellung auf Rot ist ein strategisch logischer Schritt. Die Naspa und unsere Kunden werden durch die Synergien enorm davon profitieren, dass wir nicht nur organisatorisch und operativ, sondern auch optisch ein lupenreines Mitglied der Sparkassen-Familie sind. Natürlich werden wir uns aber auch künftig durch eine eigene Identität und eine starke Verwurzelung in der Region auszeichnen.“

Offiziell erfolgt die Umstellung zum 22. Januar 2015, zu diesem Tag wird beispielsweise auch die neue Website unter www.naspa.de online gehen. Die Einführung des neuen Auftritts startet aber bereits ab 15. Oktober mit schrittweisen Maßnahmen im Rahmen der Start-Kampagne „S kommt“. So wird das rote Sparkassen-S bereits ab diesem Zeitpunkt an den Infopoints und in den Finanzcentern zu sehen sein, wo mittels Plakaten, Broschüren und POS-Materialien umfangreich über die Umstellung informiert wird. Auch die Werbung der Naspa – z. B. an den Bussen – erfolgt bereits im Oktober im roten Corporate Design der Sparkassen-Finanzgruppe und der Weltspartag Ende des Monats steht ebenfalls unter dem Motto „S kommt“. Ab November erhalten die Kunden der Naspa, dessen Geschäftsgebiet die kreisfreien Städte Wiesbaden und Frankfurt sowie die Landkreise Rheingau-Taunus, Hochtaunus, Main-Taunus, Limburg-Weilburg, Westerwald und Rhein-Lahn, ihre neuen EC-Karten zugesendet. Ab Januar werden in einem mehrstufigen Prozess sämtliche Finanzcenter an das neue Corporate Design angepasst – das blau-orange Naspa-Logo weicht dem roten Sparkassen-S. Die

Umstellung erfolgt zunächst an den Hauptstandorten, bis ins Jahr 2017 soll sie aber in allen Finanzcenter im Geschäftsgebiet vollzogen sein.

Vorteile und Synergien

Die Naspa war die letzte aller 422 Sparkassen in Deutschland, die noch nicht den unverkennbaren Look der Sparkassen genutzt hat. Mit dem neuen Auftritt profitiert die Naspa nun auch optisch von der Größe, die die Sparkasse als weltweit größter Finanzverbund ausmacht – und nutzt die Synergien, die sich durch bundesweite Sparkassenwerbung, Bekanntheit und Markenstärke mit 50 Millionen Kunden, 340.000 Mitarbeitern, mehr als 15.000 Filialen, 25.000 Geldautomaten, 20.000 Serviceterminals ergeben. Unter dem Motto „Genial digital“ wird für die Kunden der Naspa auch das Angebot an innovativen Online-Services erweitert. So ist noch für diesen Herbst die Einführung des virtuellen Haushaltsbuchs „Mein Naspa Finanzmanager“ geplant. Außerdem darf sich der Kunde auf innovative Apps und Servicetools der Sparkasse freuen, die zu den erfolgreichsten und modernsten Banking-Anwendungen Deutschlands gehören. SB-Service und Telefonbanking rund um die Uhr sowie Internetbanking nach neuesten Sicherheitsstandards verdeutlichen den 24/7-Service-Anspruch, den die Naspa für ihre Kunden erfüllt und somit eines von Deutschlands führenden Geldinstituten ist.

Naspa bleibt Naspa

Bei aller Neuerung bleibt die Identität der Naspa, die 1840 als Herzoglich-Nassauische Landes-Credit-Casse für das Herzogthum Nassau gegründet wurde und heute ein Geschäftsgebiet mit über 2 Millionen Einwohner abdeckt, auch künftig erhalten. Entsprechend ändert sich für Kunden der Naspa jenseits der optischen Umstellung und dem Zugriff auf weitere und neue Services nichts: Öffnungszeiten der Finanzcenter, Ansprechpartner sowie Konditionen bleiben erhalten. Deshalb wird auch die „neue Naspa“ künftig mit starkem sozialem Engagement ihre Region und ökologische, ökonomische und soziale Nachhaltigkeit fördern, z. B. durch die Unterstützung von Vereinen, kulturellen Veranstaltungen oder sozialen Projekten. Stephan Ziegler: „Die Identität der Naspa, wie Tausende Kunden sie heute schätzen, drückt sich in unserem Selbstverständnis aus, nicht in den Farben. Deshalb bleibt die Naspa auch künftig Naspa, für uns steht unser öffentlicher Auftrag Naspa nun in eine neue Zukunft führen. Darauf freuen wir uns.“

Über die Naspa

Die Nassauische Sparkasse (Naspa) in Wiesbaden ist mit einer Bilanzsumme von 10,6 Milliarden Euro eine der größten Sparkassen Deutschlands. Ihr Geschäftsgebiet umfasst neben den kreisfreien Städten Wiesbaden und Frankfurt vier Landkreise in Hessen (Rheingau-Taunus, Hochtaunus, Main-Taunus und Limburg-Weilburg) sowie zwei Landkreise in Rheinland-Pfalz (Westerwald und Rhein-Lahn). Auf der Gesamtfläche von rund 4.200 km² leben annähernd zwei Millionen Menschen. Die Naspa beschäftigt rund 2.000 Mitarbeiter; mit rund 150 Auszubildenden, Studenten und Trainees ist sie einer der größten Ausbilder der Region. In ihrem Geschäftsgebiet unterhält sie derzeit 140 Finanz-Center, 19 Private Banking-Center und drei Firmenkunden-Center. Über ihre 1989 gegründete Stiftung „Initiative und Leistung“ hat die Naspa mit mehr als 14 Millionen Euro insbesondere Projekte aus Kunst, Kultur und Jugendförderung in ihrer Region unterstützt.