

PRESSEINFORMATION

Sal. Oppenheim jr. & Cie. stärkt seinen Außenauftritt mit neuem Markenzeichen

- *Europas führende Privatbankgruppe präsentiert Weiterentwicklung des Corporate Designs*
- *Neues Markenzeichen bringt mehr Klarheit und Prägnanz*

Köln, 26. April 2007 – Sal. Oppenheim jr. & Cie., Europas führende Privatbankgruppe, stellt mit Veröffentlichung des Geschäftsberichts 2006 im Rahmen der diesjährigen Bilanzpressekonferenz in Köln sein neues Markenzeichen vor. Matthias Graf von Krockow, Sprecher der persönlich haftenden Gesellschafter, erklärte dazu: „In der Entwicklung unseres Logos spiegelt sich das Selbstverständnis unseres Bankhauses wider: Der neue Schriftzug wahrt die Tradition und fügt sich nahtlos in die Historie der Bank ein. Er steht für Langfristigkeit und Kontinuität.“

Die dynamische Geschäftsentwicklung der vergangenen Jahre hat die Sal. Oppenheim Gruppe nicht zuletzt aufgrund der voranschreitenden Internationalisierung und der wachsenden Zahl der Beteiligungsunternehmen an die Spitze der europäischen Privatbanken aufsteigen lassen. Dieser Entwicklung wird nun auch mit dem Logo und dem neuen Corporate Design Rechnung getragen.

Das Privatbankhaus nimmt Abschied von seiner filigranen Schreibschrift im Logo und verwendet in Zukunft einen individuell gezeichneten Schriftzug aus Versalbuchstaben, die im Grundsatz auf den Schriftarten Adobe Garamond SC sowie Times New Roman basieren. Das Logo weist eine hohe Eigenständigkeit auf und erhöht die Klarheit und Prägnanz des Markenauftritts von Sal. Oppenheim. Das der Familie Oppenheim eigene Wappen ist Schmuckbestandteil des Corporate Designs, nicht aber direkter Bestandteil des Logos.

Die Privatbank hatte bereits vor drei Jahren begonnen, ihr Corporate Design sukzessive mit der strategischen und operativen Entwicklung der Sal. Oppenheim Gruppe zu verändern, nach außen sichtbar im jährlichen Geschäftsbericht des Konzerns und in dem mehrfach prämierten Kundenmagazin 218plus.

SAL. OPPENHEIM

Privatbankiers seit 1789

Begleitet wurde die Entwicklung des neuen Markenzeichens und des Corporate Designs von der Simon & Goetz Design GmbH & Co. KG. Die Frankfurter Agentur ist seit dem Jahr 2003 in allen Fragen des Corporate Designs Partner von Sal. Oppenheim. Simon & Goetz wurde 1998 gegründet, ist inhabergeführt und beschäftigt aktuell 25 Mitarbeiter. Die Geschäftsschwerpunkte von Simon & Goetz liegen auf den Bereichen Marke und Design.

- Ende -

Zeichen ca.: 2.200

Kontakt:

Sal. Oppenheim jr. & Cie. KGaA

Dirk von Manikowsky

Media & Press Relations

Tel.: +49 (0) 2 21 1 45 - 19 55

E-mail: presse@oppenheim.de