

## Presseinformation

### **auxmoney stärkt seine Marke für weiteres Wachstum**

- **auxmoney hat sich 2020 mit einer großen Finanzierungsrunde für weiteres Wachstum gerüstet**
- **Mit einem neuen Markenauftritt stärkt das Fintech-Unternehmen ganz bewusst seine Marke**
- **Das geschärfte Markenprofil schafft für die Kunden ein modernes Produkt- und Markenerlebnis und macht die Einzigartigkeit von auxmoney Krediten erlebbar**

**Düsseldorf, 22. April 2021** – auxmoney, eine führende digitale Plattform für Privatkredite in Europa, entwickelt seinen Markenauftritt weiter. Nach der mit 150 Millionen Euro größten Fintech-Finanzierungsrunde in der Eurozone 2020, setzt auxmoney für sein künftiges Wachstum ganz bewusst auf eine Stärkung seiner Marke. Der neue Auftritt, ab sofort erlebbar auf den zentralen Touchpoints des Unternehmens, betont Unkompliziertheit, Menschlichkeit und die Möglichkeiten, die sich aus einem besseren Kreditzugang für mehr Menschen ergeben.

„Diese Weiterentwicklung unseres Markenauftritts ist ein wichtiger Baustein für unser weiteres Wachstum. Mit dem neuen Auftritt heben wir unsere Marke auf das nächste Level und schaffen für unsere Kunden ein einzigartiges Produkt- und Markenerlebnis“, erklärt Arie Wilder, COO von auxmoney. Und Wilder ergänzt „Unsere Marke ist auch Ausdruck unserer Vorreiterrolle für mehr finanzielle Teilhabe.“

Ausgangspunkt für die Weiterentwicklung des Markenauftritts war eine umfassende Analyse: Dazu hat auxmoney durch quantitative und qualitative Erhebungen die Markenwahrnehmung und Markentreiber von Kunden und Nicht-Kunden analysiert. Intern wurde bei Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zudem das Selbstbild und die Markenstärke erhoben. Das Ergebnis: Neben den allgemeinen Treibern des digitalen Kredits wie Unkompliziertheit, Schnelligkeit und Kompetenz, ist die Zuschreibung einer menschlichen Komponente ein zentrales Alleinstellungsmerkmal von auxmoney. Anders als Banken bewertet auxmoney Kreditanfragen differenziert und individuell. So ermöglicht auxmoney mehr Menschen Zugang zu Kredit. Diese Aspekte sind in die Weiterentwicklung der Marke eingeflossen.

„Unser neuer Markenauftritt macht die Einzigartigkeit von auxmoney plastisch erlebbar. auxmoney setzt die Kraft der Möglichkeiten in Szene, die sich für Menschen durch besseren Kreditzugang entfalten“, so Dirk Pahmeyer, Director Brand von auxmoney.

Pahmeyer führt fort: „Künftig bedienen wir Unkompliziertheit noch konsequenter als Stärke unseres komplett digitalen Kredits und betonen zugleich die menschliche Facette von auxmoney. Damit differenziert sich die Marke auxmoney noch deutlicher im Markt.“

Mit dem geschärften Markenauftritt ändert auxmoney sein Erscheinungsbild:

**Logo:** Die Wortmarke wird durch Reduktion von Serifen und Federstrich klarer und unkomplizierter. Das Signet als Kurzform des Logos nutzt auxmoney künftig als eigenständiges, plakatives Gestaltungselement.

**Markenfarbklang:** Mit seinem neuen Markenfarbklang prägt auxmoney ein professionelles und differenzierendes Erscheinungsbild. Das bisherige auxmoney Blauspektrum wird in Richtung Petrol (Sky) weiterentwickelt und zusätzlich um den aktivierenden Farbton Melon erweitert. Sekundärfarben ergänzen den Auftritt um Lebendigkeit und Wärme.

**Bildsprache:** Durch eine authentische, reportagehafte Bildsprache visualisiert auxmoney in lebendigen Farben und hohen Kontrasten die vielfältige Lebenswelt seiner Kunden. Der Einsatz der Markenfarbe Sky als leuchtenden Farbakzent (Glow) erhöht zusätzlich den Wiedererkennungswert der Marke.

**User Experience:** Durch sein klares und unkompliziertes Design vereinfacht auxmoney für den Nutzer die Orientierung auf allen digitalen Devices und ermöglicht ein positives Nutzungserlebnis (Joy of Use). Der Ansatz „One Page, One Action“ in der Kreditantragsstrecke sorgt für eine intuitive Bedienbarkeit.

**Illustrationen und Piktogramme:** auxmoney nutzt One-Line Illustrationen, um durch ihren handgezeichneten Stil seine persönliche, unkomplizierte Facette zu unterstreichen.

**Schrift:** Die neue Hausschrift Noe wirkt unkonventionell, markant-professionell und gleichzeitig menschlich. Zur Verbesserung der Lesbarkeit orientiert sich auxmoney beim Schrifteinsatz an gängigen Empfehlungen zur Barrierefreiheit.



**Branded Hashtag:** Mit dem neuen Markenauftritt führt auxmoney den Branded Hashtag #machsmöglich ein. Er bringt die zentrale Markenbotschaft für die Kunden motivierend auf den Punkt und wird in allen Touchpoints, insbesondere in Social Media eingesetzt.

Der neue Markenauftritt wurde unter Federführung des Brand Teams um Dirk Pahmeyer inhouse entwickelt und umgesetzt.

### **Über auxmoney**

*auxmoney ist eine führende digitale Plattform für Privatkredite in Europa. Durch einzigartige Risikomodelle und digitale Prozesse ist auxmoney in der Lage, mehr Menschen Zugang zu Kredit zu ermöglichen. auxmoney ist ein Vorreiter zur Förderung finanzieller Teilhabe.*

Website: [www.auxmoney.com](http://www.auxmoney.com) | Twitter: [@auxmoney](https://twitter.com/auxmoney) | Facebook: [facebook.com/auxmoney](https://facebook.com/auxmoney)

### **Pressekontakt auxmoney**

Felix Klatt

Phone: +49 211 542 432 59

E-mail: [presse@auxmoney.com](mailto:presse@auxmoney.com)