

Markenauftritt

Gesundheitsversicherer Atupri stellt sich vor

Waren wir früher passive Patienten, sind wir heute bestens informiert, fordernd und kritisch. Fitbit-Armbänder und Gesundheits-Apps sind Ausdruck davon, wie sehr die individuelle Gesundheit im Fokus steht. Unsere Ansprüche an eine Krankenversicherung haben sich geändert: Wir wollen einen Partner, der auf unsere individuellen Bedürfnisse eingeht und uns mit 24/7-Service begleitet.

Text: Katja Wölfel Bilder: Branders Fotograf: Tobias Gromatzki



Wer klein anfängt, kann gross wachsen

Atupri hat 183000 Kunden und strebt ein nachhaltiges qualitatives Wachstum an. Mit einem umfassenden Aktiv-Programm und präventiven Versicherungslösungen setzt sich Atupri stark für die Gesundheit ein – ein Engagement, das Aktive genauso begeistert wie Lebensgeniesser. Weil der Marke jedoch ein klares inhaltliches Profil fehlte, wurde

«Wir schätzen an Branders die Kombination von strategischer Weitsicht, starker Kreativleistung und Umsetzungsstärke.»

das auf Branding spezialisierte Zürcher Beratungsunternehmen Branders mit der Konzeption und Umsetzung eines umfassenden Neuauftritts beauftragt. Im Sinne des Omnichannel-Ansatzes, der ganzheitlichen Verknüpfung von Marke, Kundenverhalten und Kommunikation, umfasste dies neben der geschärften Positionierung und dem Rebranding auch eine neue Werbekampagne.

Heute für eine gesunde Zukunft

Im Kern der neuen Positionierung konzentriert sich Atupri auf die Rolle als Enabler, der es Menschen ermöglicht, selbstbestimmt die richtigen Entscheidungen für ihre Gesundheit zu treffen. So können sie schon

Branders

Branders ist ein spezialisiertes Beratungsunternehmen für Branding. Als unabhängiger Berater von Klein-, Mittel- und Grossunternehmen kümmert sich Branders um die Strategie, die Kreation und das Management von Marken. Das Team aus Wirtschafts-, Psychologie- und Designspezialisten berät multinationale Unternehmen wie beispielsweise Novartis und die Schweizerische Post, bekannte Schweizer Marken wie das Gastrounernehmen Bindella, Globus sowie diverse KMU aus den unterschiedlichsten Branchen. branders.ch

heute damit anfangen, ihre Zukunft gesund zu leben. Atupri unterstützt ihre Versicherten dabei mit zeitgemässen Lösungen, die flexibel auf individuelle Lebenssituationen eingehen, und praktischen Services wie dem Kundenportal myAtupri für eine 24/7-Daten- und Rechnungsverwaltung.

Eine neue Kategorie

Bei Atupri steht nicht mehr die Krankheit, sondern die Gesundheit im Zentrum. Dies zeigt sich auch im neuen Claim. Als erste Krankenversicherung der Schweiz schreibt sich Atupri die Gesundheit auf die Fahne und erklärt die Positionierung zu einer neuen Kategorie: Atupri ist DER Gesundheitsversicherer. Dieses neue Selbstverständnis drückt sich bis hin in die juristische Firmierung aus: Ab sofort ist Atupri nicht mehr eine Krankenkasse, sondern eine Gesundheitsversicherung.

«Eine Marke kann nur überzeugen, wenn sie ein ganzheitliches Erlebnis auf allen Kanälen transportiert.»

Frisch, einfach, zugänglich

Um die Markenpersönlichkeit auch visuell zum Ausdruck zu bringen, erscheint der Gesundheitsversicherer im völlig neuen Gewand. Ein frisches, einfaches Designsystem spiegelt die zugängliche, befähigende Einstellung von Atupri wider. Eine eigenständi-



ge Bildwelt in Schwarz-Weiss zeigt in individuellen Momentaufnahmen authentische Akteure – emotional und natürlich im Ausdruck, involvierend und begeisternd in der Interaktion. Die für Atupri typischen Farben Blau und Rot setzen dabei in Form von Designelementen und überlagerten Bildern aktivierende Akzente.

Alles, was du brauchst

Eine selbstbestimmte Gesundheit steht auch im Zentrum der neuen Kampagne. Ihr Kern-

gedanke ist so einfach wie befähigend. Alles, was Menschen brauchen, um ihre Gesundheit zu leben, haben sie schon: ihren (nackten) Körper mit all seinen Stärken und Schwächen. Weil es das Leben und die Gesundheit der Menschen ist, sollen sie selbst entscheiden, was für sie und ihre Gesundheit richtig ist. Und wenn sie Unterstützung brauchen, ist Atupri an ihrer Seite. atupri.ch