

Branders

Von Augen, Haut und Händen

Atupri positioniert sich neu als Gesundheitsversicherer. In der dazugehörigen Kampagne geht es vor allem um Selbstbestimmung des Menschen.



Die Kampagne startet am 24. Oktober: Ein Still aus dem TV-Spot.



Um den veränderten Kundenbedürfnissen gerecht zu werden, die Menschen heute an ihre Krankenversicherung haben, hat das Zürcher Beratungsunternehmen Branders für Atupri ein umfassendes Rebranding realisiert. Neben einer neuen Positionierung beinhaltet dies auch eine Erlebarmachung der Marke an allen Kontaktpunkten, schreibt Branders in einer Mitteilung.

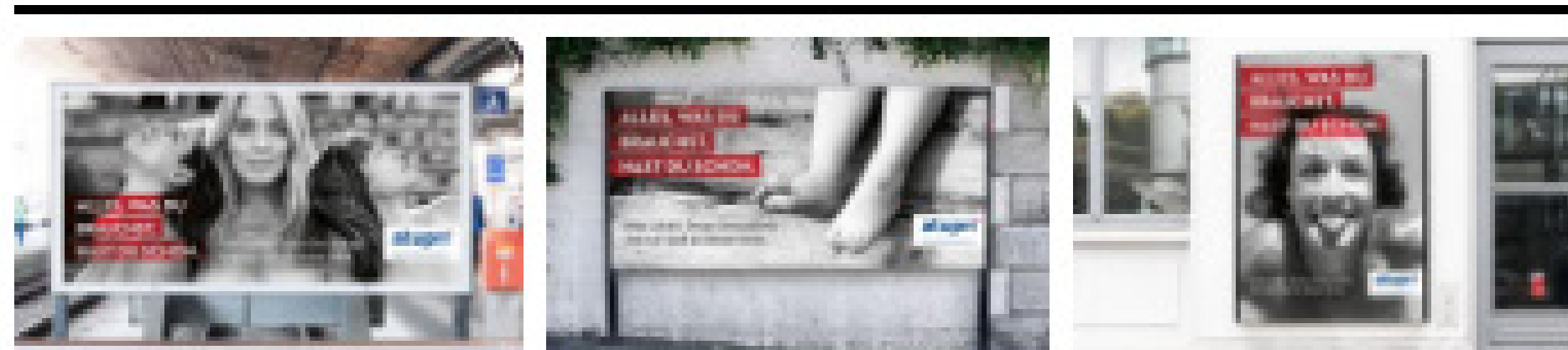
DRUCKEN
FEEDBACK
KOMMENTAR
E-MAIL

24.10.2016

Im Sinne der ganzheitlichen Verknüpfung von Marke, Kundenverhalten und Kommunikation hat Branders zudem eine neue Werbekampagne für Atupri konzipiert und umgesetzt. Atupri sei neu als Gesundheitsversicherer positioniert, der Menschen ermöglicht, selbstbestimmt die richtigen Entscheidungen für ihre Gesundheit zu treffen, heisst es in der Mitteilung. Eine selbstbestimmte Gesundheit stehe darum konsequenterweise auch im Zentrum der neuen Kampagne.



Ihr Kerngedanke laut Branders: Alles, was Menschen brauchen, um ihre Gesundheit zu leben, haben sie schon, ihren Körper mit all seinen Stärken und Schwächen. Wie die Bilder der Kampagne zeigen, geht es dabei nicht um Perfektion und unerreichbare Schönheitsideale, sondern um echte, individuelle Körper mit all ihren Narben und vermeintlichen Imperfektionen. Weil es das Leben und die Gesundheit der Menschen ist, sollen sie selbst entscheiden, was für sie, ihren Körper und ihre Gesundheit richtig ist. Und wenn sie Unterstützung brauchen, ist Atupri an ihrer Seite.



Die Kampagne ist ab dem 24. Oktober schweizweit in TV-Spots sowie auf Plakaten, E-Panels (Bewegtplakaten) und online zu sehen.

Verantwortlich bei Atupri: Kaspar Trachsel (Leiter Marketing und Vertrieb und Mitglied der Geschäftsleitung), Regula Meier (Leiterin Marketing-Kommunikation); verantwortlich bei Branders: René Allemann (CEO), Thom Pfister (Creative Director), Maria Fahringer (Senior Brand Designer), Katja Wölfel (Senior Copywriter), Ina Bernhardt (Brand Consultant), verantwortlich bei Stories: Christian Aebi (Regisseur), Yves Bollag (Executive Producer), Billy Bains (Post Production Manager), Fotograf Kampagne: Tobias Gromatzki (pd)

KOMMENTARE

Vor- und Nachname

Email-Adresse

Kommentar schreiben

ABSENDEN