

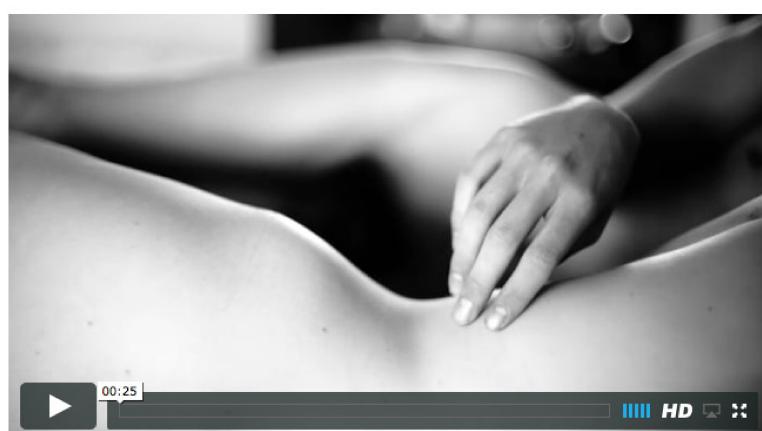


Selbstbestimmte Gesundheit

Nach dem Rebranding lanciert Branders für Atupri die neue Kampagne. Sie ist ab dem 24. Oktober schweizweit zu sehen.



Um den veränderten Kundenbedürfnissen gerecht zu werden, die Menschen heute an ihre Krankenversicherung haben, hat das Zürcher Beratungsunternehmen für Atupri ein umfassendes Rebranding realisiert ([Werbewoche.ch berichtete](#)). Neben einer neuen Positionierung beinhaltet dies auch eine Erlebarmachung der Marke an allen Kontaktpunkten. Im Sinne des Omnichannel-Ansatzes, also der ganzheitlichen Verknüpfung von Marke, Kundenverhalten und Kommunikation, hat Branders auch eine neue Werbekampagne für Atupri konzipiert und umgesetzt.



Atupri ist neu als Gesundheitsversicherer positioniert, der Menschen ermöglicht, selbstbestimmt die richtigen Entscheidungen für ihre Gesundheit zu treffen. Eine selbstbestimmte Gesundheit steht darum konsequenterweise auch im Zentrum der neuen Kampagne. Ihr Kerngedanke ist so einfach wie befähigend: 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.



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), Ina Bernhardt (Brand Consultant), Katja Wölfel (Senior Copywriter), Maria Fahringer (Senior Brand Designer). **Verantwortlich bei Stories:** Christian Aebi (Regisseur), Yves Bollag (Executive Producer), Billy Bains (Post Production Manager). **Fotograf Kampagne:** Tobias Gromatzki