

Branders

Sanitas zelebriert neu Miteinander und Nähe

Die Krankenversicherung präsentiert sich mit einer neuen Markenidentität und der Leitidee «Gemeinsam für deine Gesundheit». Die Omnichannel-Kampagne dazu stammt von der neuen Leadagentur Branders.



Seit Frühjahr 2019 ist Branders die neue Leadagentur von Sanitas und betreut als Creative Consultancy Strategie, Branding, Markenkommunikation und Werbung der Krankenversicherung, wie die Agentur in einer Mitteilung schreibt. In enger Zusammenarbeit mit dem Sanitas-Team sei so in den letzten Monaten eine differenzierende Markenidentität und eine emotionale Omnichannel-Kampagne unter der kommunikativen Leitidee «Gemeinsam für deine Gesundheit» entstanden. Diese Leitidee ist zugleich die Grundlage einer kanalübergreifenden Kommunikationsstrategie. Zusammen ist alles einfacher – auch, wenn es um die Gesundheit geht.

Sanitas setzt auf starke Partnerschaften und mache damit Gesundbleiben und Gesundwerden leichter, heisst es weiter. Ein grosses Gesundheitsnetzwerk bedeute nicht nur mehr Angebote und bessere Lösungen für Kundinnen und Kunden, sondern langfristig auch ein effizienteres Gesundheitssystem. Diese DNA von Sanitas sei jetzt vom Markenauftritt bis zur Kampagne sicht- und spürbar.



Im neuen Markenauftritt wird aus der Duo-Tonalität des unveränderten Sanitas-Logos ein Spiel der Kontraste abgeleitet, das symbolisch für das Miteinander und die Nähe zum Kunden und zum Menschen steht, schreibt Branders. Kontraste, die Spannungen erzeugen, Emotionen kreieren und neue Lösungen schaffen. Eine überarbeitete Farbpalette lässt die Marke jünger und agiler auftreten; die Typographie wird nun deutlich grösser und kürzer. Auch die Bildsprache des neuen Bilderpools ist geprägt von Kontrasten: Licht und Schatten erzeugen Spannungen, kreieren Augenblicke und Emotionen.

Verschiedenste digitale Anwendungen von Sanitas werden im Sinne des neuen Auftritts sanft überarbeitet und angepasst. Ein emotionaler TV-Spot, konzipiert und gedreht in Zusammenarbeit mit dem niederländischen Regisseur Bram van Alphen, stellt der Schweiz die neue Sanitas und ihre Haltung der Gemeinsamkeit vor.



Neben dem 45-sekündigen Imagespot kommen verschiedene 10-sekündige Performancespots mit konkreten Verkaufsthemen zum Einsatz. Eine breit gestreute DOOH- Kampagne macht auf die Leistungsangebote der Krankenversicherung aufmerksam. Auf den digitalen Kanälen holen verschiedene Landingpages potenzielle Kunden genau beim für sie relevanten Thema ab; eine umfassende Retargeting-Strategie führt einmal Interessierte erneut zum passenden Angebot. Megaposter, Live Communications, verschiedene Social-Media-Massnahmen und gezieltes SEA runden den Mediamix ab.

Konzeption, Begleitung und Umsetzung der Mediastrategie für Classic, Digital und Social stammt von Mediaschneider. Für das Online-Konzept und die Produktion von interaktiven Branding- und Performancebannern sowie die Umsetzung von Social-Media-Anzeigen, Sitebar- und Scratch- Ads zeichnet Webrepublic verantwortlich.

Verantwortlich bei Sanitas: Kaspar Trachsel (Leiter Vertrieb und Marketing), Valentin Hüssler (Leiter Markenführung), Marco Chini (Leitung Campaigning und Events), Jasmine Rizzo (Marketing Managerin), Britta Mickeler (Marketing Managerin), Claudia Sebald (Leiterin Content und Unternehmenskommunikation), Simone Rolli (Grafik & Corporate Design); verantwortlich bei Branders: René Allemann (CEO), Thom Pfister (Executive Creative Director), Philippe Knupp (Strategy Director), Marisa Güntlisberger (Director Omnichannel Experience), Thea Ferretti (Director Communications), Patrik Bockhacker (Brand Consultant), Michèle Motterle (Brand Consultant), Sarah Egger (Junior Brand Consultant), Micha Kumpf, Palma Manco, Soraya Gaouaoua (Senior Brand Designer), Sarah Trendle (Executive Brand Designer), Katja Wölfel (Senior Copywriter), Martin Fähndrich (Video Journalist); verantwortlich bei Rosas & Co (Filmproduktion): Nadia Rosasco (Inhaberin und Producer), Yanik Müller (Junior Producer), Bram van Alphen (Regie), Per Kasch (Fotografie); verantwortlich für den Bilderpool: Per Kasch (Fotografie, Regie), Peter Bender (Kamera), Per Kasch, Peter Bender (Schnitt), Jonas Ellerbrock @ POP (Postproduktion und Grading), Joe Berger (Production); verantwortlich bei Mediaschneider: Carolin Jünger (Beratungsgruppenleitung), Janine Nussbaumer (Beratungsgruppenleitung), Bettina Büchi (Beraterin); Eva Ott (Junior Beraterin); verantwortlich bei Webrepublic: Katja Martinello (Head of Creation), Pascal Sonder (Senior Multimedia Designer), Silvio Porcelli (Multimedia Designer), Sofia Costantini (Multimedia Designer), Livia Voellmy (Junior Multimedia Designer). (pd/wid)