

Branders

Was Kunden von einer Versicherung erwarten

In der neuen Herbstkampagne «Gemeinsam für deine Gesundheit» vergleicht Sanitas die Beziehung zur Versicherung mit jener zur Partnerin oder zum Freund. Sie fragt: «Lust auf den idealen Partner?»

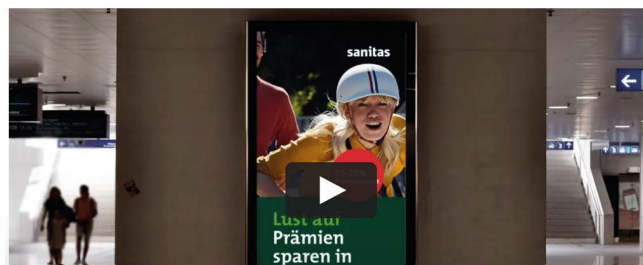
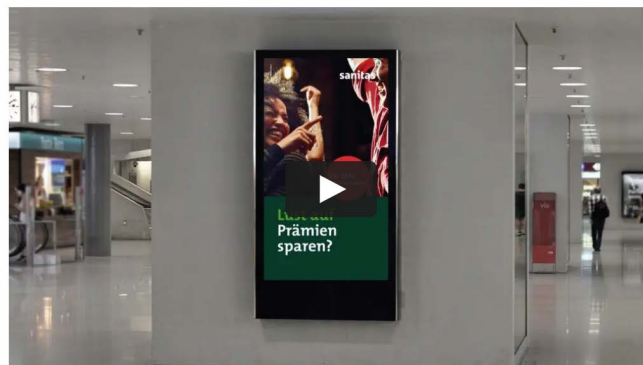
«Gemeinsam für deine Gesundheit» – die neue Herbstkampagne soll deutlich machen, weshalb die Krankenversicherung Sanitas der ideale Partner ist, wenn es darum geht, Gesundheit zu pflegen, fördern und erhalten. Entwickelt und umgesetzt hat die Omnichannel-Kampagne die Creative Consultancy & Sanitas-Leadagentur Branders.

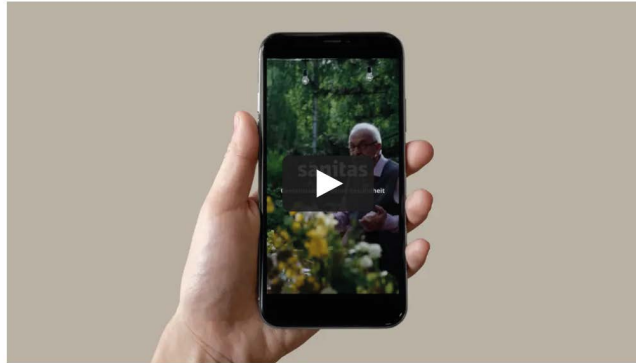
Gesundheit ist nicht selbstverständlich. Das wurde uns in den letzten Monaten, die von der Pandemie und ihren Auswirkungen gezeichnet waren, deutlich vor Augen geführt. Doch plötzlich war da diesen Sommer wieder Lebensfreude zu spüren, ein neuer Optimismus und der Wille, wiedergewonnene Freiheiten nicht sorglos aufs Spiel zu setzen.

Selbstbestimmtheit, Prävention, Achtsamkeit, Solidarität, Disziplin – diese Themen prägen heute unseren Alltag und unsere persönliche Gesundheit. Und sie haben einen grossen Einfluss darauf, was wir von unserer Krankenversicherung erwarten. Und was genau ist das? Nun, im Grunde dasselbe, was wir auch in Beziehungen und Freundschaften erwarten: Es zählen Eigenschaften und Werte wie Kompetenz, Verlässlichkeit, Nähe, Flexibilität oder Attraktivität.

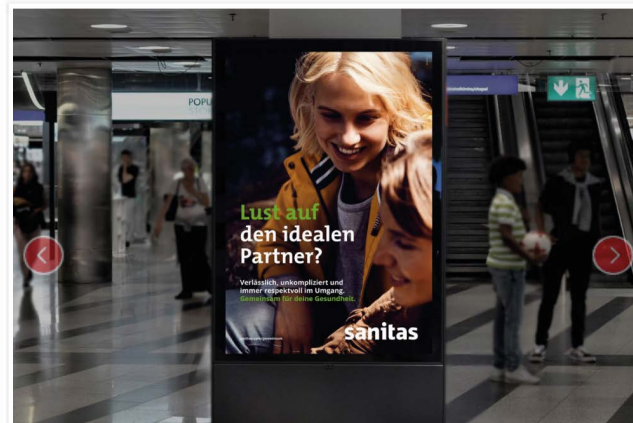
«Lust auf den idealen Partner?»

Diese Werte will die aktuelle, von Branders umgesetzte Herbstkampagne von Sanitas hervorheben, heisst es in der Mitteilung. Damit soll der Status, den Sanitas in der Bevölkerung hierzulande innehat, weiter gefestigt werden. Nachdem die Krankenversicherung bereits in den letzten Jahren bei Umfragen zur Kundenzufriedenheit obenaus schwang, landete Sanitas auch 2021 bei den Kundenbefragungen des [Vergleichportals bonus.ch](#) und des [Konsumentenmagazins K-Tipp](#) zuoberst auf dem Podest.





Zu den nennenswerten Innovationen im vergangenen Jahr gehören etwa die Erweiterung der Sanitas-Portal-App, die Stärkung der eigenen Gesundheitsplattform sowie die Veröffentlichung der zweiten Ausgabe des «Sanitas Health Forecast». Die umfassende jährliche Publikation – die ebenfalls von Branders umgesetzt und im Wörterseh-Verlag herausgegeben wird – hilft beim Aufbau von Gesundheitswissen und enthält zahlreiche Tipps für einen gesünderen Alltag. Ausserdem versammelt sie erneut die wichtigsten Erkenntnisse einer exklusiven, von Sanitas in Auftrag gegebenen Bevölkerungsbefragung zur Gesundheit der Zukunft.





Die neue Sanitas-Herbstkampagne unterstreicht die solidarische Grundhaltung der Versicherung und vermittelt eine persönliche, positive Atmosphäre. Die Kampagne wurde zielgruppengerecht aufbereitet und ist neben OOH, DOOH und Online-Videoformaten auch auf allen digitalen und Social-Media-Kanälen zu sehen.

Verantwortlich bei Sanitas: Kaspar Trachsel (Leiter Vertrieb und Marketing), Valentin Hüsler (Leiter Markenführung), Marco Chini (Leitung Campaigning und Events), Lukas Plewnia (Marketing Manager), Simone Rolli (Corporate Design Manager); verantwortlich bei Branders: René Allemann (Creative Director & CEO), Marisa Güntlisberger (Director Omnichannel Experience), Micha Kumpf (Senior Brand Designer), Palma Manco (Senior Brand Designer), Anita Hsieh (Brand Designer), Walter Tagliaferri (Director Advertising), Patrik Bockhacker (Brand Consultant), Oliver Schmuki (Senior Editor), Martin Faehndrich (Video Journalist); verantwortlich bei Rosas & Co (Filmproduktion): Nadia Rosasco (Inhaberin und Producer); verantwortlich für den Bilderpool: Per Kasch (Fotografie); verantwortlich bei Mediaschneider für die Mediastrategie: Janine Nussbaumer (Client Service Director), Laura Castellana (Senior Media Consultant); verantwortlich bei Webrepublic für die Digital-Produktion: Katja Martinello (Head of Creation), Raphaela Mangold (Client Solutions Manager). (pd/wid)