

Branders

Mut zum gesundheitlichen Neuanfang

Die Kreativagentur wirft im Auftrag der Sanitas einen Blick auf die Gesundheit der Zukunft. Der Bericht «Das neue Du» möchte Mut machen zum persönlichen Health Restart.



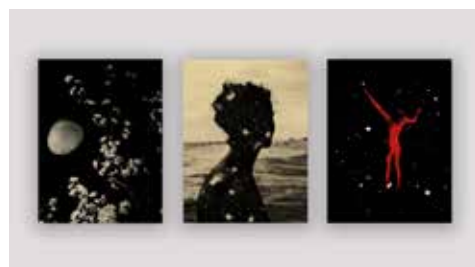
Das Titelbild der Publikation ist ein Motiv der malaysisch-chinesischen Fotografin Zhong Lin. (Bilder: zVg)

Besser schlafen, schneller denken und gestünder essen – es existieren viele Wege zum neuen Du, heisst es in einer Mitteilung. Wer seinen Lebenswandel verändere, Gewohnheiten überdenke und neue Routinen etabliere, profitiere von einem Gesundheitspotenzial. Oft fehle allerdings das nötige Wissen oder der Mut, um Neues zu wagen und das eigene Verhalten eigenhändig zu verändern. Wie also gelingt der Neuanfang? Davon handelt der neue Health Forecast.

Als Gesundheitspartnerin möchte Sanitas laut Mitteilung verstehen, wie sich die Sicht der Schweizer Bevölkerung auf ihre Gesundheit entwickelt. Diese Erkenntnisse teilt Sanitas seit 2020 im jährlich erscheinenden Health Forecast. Die diesjährige Ausgabe und die damit verbundene Studie stehen ganz im Zeichen von Veränderungen und Neuanfängen und beleuchten weitere spannende Gesundheitsthemen wie Gehirn, Schlaf und Ernährung.



Unter der Leitung der Züricher Creative Consultancy Branders hat eine unabhängige Redaktion recherchiert, Fachpersonen und Betroffene befragt, Studien und Trends analysiert sowie Neues ausprobiert. Entstanden ist ein Buch, das auf über 400 Seiten Inspirationen und konkrete Tipps für ein gesünderes Morgen liefert – in Form von Reportagen, Interviews, Portraits, Fachbeiträgen und Erfahrungsberichten. Ergänzt werden die Inhalte von Werken renommierter Künstlerinnen, Illustratoren und Fotografinnen, die die Themen aus ihrer ganz eigenen Perspektive beleuchten.



Für die repräsentative «Sanitas Health Forecast 2022»-Studie – immer noch die erste und einzige landesweite Studie der Schweiz zur Gesundheit der Zukunft – wurden in zwei Befragungswellen jeweils über 2000 Personen in allen Regionen der Schweiz zu befragt: zum persönlichen Schlafverhalten und dazu, wie man über personalisierte Ernährung denkt, über neue Volkskrankheiten wie Alzheimer, über das Gesundheitssystem oder Trends wie Dream-Hacking und Functional Drinks. In allen Bereichen ging es auch darum, herauszufinden, wo sich Schweizerinnen und Schweizer gerne verändern würden aber auch, was sich ihrer Meinung nach verändern müsste, damit sie sich verändern würden.

Die gewonnenen Erkenntnisse sowie die Reportagen, Interviews, Porträts und Tipps von rund 30 Journalistinnen und Journalisten liefern dadurch sowohl Inspiration als auch konkretes Gesundheitswissen.

Zur thematischen Vertiefung von Themen aus dem Report dient wie im vergangenen Jahr der «Sanitas Health Forecast»-Podcast. Für diesen unterhält sich Frank Baumann alle zwei Wochen mit Expertinnen und Experten aus Medizin, Wissenschaft und Forschung, um einen Blick auf die Gesundheit der Zukunft zu ermöglichen, der so umfassend wie inspirierend ist. Zudem ermöglichen Videobeiträge thematische Vertiefungen und persönliche Einblicke.

Angelehnt an das Titelbild der Publikation – ein Motiv der malaysisch-chinesischen Fotografin Zhong Lin - hält die Werbekampagne für den Sanitas Health Forecast den über die letzten beiden Jahre aufgebauten hohen Wiedererkennungswert aufrecht. Die Kampagne fokussiert darauf, die verwandten Themen Neuanfang und Gesundheits-Zukunft miteinander zu verbinden und Zielgruppen mit dem Titel «Das neue Du» direkt anzusprechen. Die Kampagne kombiniert (D)OOH-Medien im Umfeld von Kiosken und Buchhandlungen mit digitaler und Social-Media-Werbung.

Der Sanitas Health Forecast erscheint jährlich und ist für circa 20 Franken am Kiosk und im Buchhandel erhältlich und kann online auf woerterseh.ch bestellt werden.

Herausgeber: Sanitas, Projektleitung: Kaspar Trachsel, Valentin Hüssler; Konzept, Redaktionsleitung, Gestaltung und Umsetzung: Branders, Chefredaktion & Creative Direction: René Allemann, Stv. Chefredaktion: Marisa Güntlisberger, Oliver Schmuki, «Sanitas Health Forecast»-Studie: Philippe Knupp, Design: Palma Manco, Sarah Hepp, Anita Hsieh, Produktion: Melissa Cisana, Sarah Egger, Thea Ferretti, Saskia Schick, Marketing: Walter Tagliaferri; Film: Olivia Sasse; Verlag: Wörterseh, Verlagsleitung: Gabriella Baumann-von Arx; Journalistinnen und Journalisten: Lisa Auffenberg, Sacha Batthyany, Jessica Braun, Anna Burghardt, Denise Dollinger, Dominik Flammer, Patricia Gee, Leander Greitemann, Michaela Haas, Julia Heim, Leoni Hof, Barbara Kallenberg, Anna Kaminsky, Reinhard Keck, Andrea Keller, Christoph Koch, Pauline Krätzig, Henriette Kuhrt, Claudia Landolt, Sarah Lau, Matthias Meili, Björn Rasch, Patrick Rohr, Kurt Rossi, Lukas Rüttimann, Vanessa Sadecky, Jakub Samochowiec, Andreas Scheiner, Barbara Schmutz, Kathrin Schwarze-Reiter, Peter Spork, Lena Stallmach, Laurina Waltersperger, Carola Kleinschmidt; Illustrationen: Andreas Samuelsson; KünstlerInnen: Paul Cupido, Casper Faassen, Zhong Lin, Ziqian Liu, Douglas Mandry; Fotografie: Nicole Antognini, Shirin Büeler, Abbey Drucker, Gerry Ebner, Johann Sebastian Hänel, Nanna Kreutzmann, Ariane Pochon, Mélanie Rutscho, Nico Schaerer, Lauretta Suter; Podcast: Frank Baumann; Marktforschung: intervista AG; Lektorat: text control, Supertext; Druck: Druckerei Odermatt. (pd/mj)