

Branders

Von der Liebe auf den ersten Klick

Mit Clips, die eine überraschende Wendung nehmen: Sanitas bewirbt sich mit der Omnichannel-Kampagne «Let's talk!» als «ideale Gesundheitspartnerin». Im Zentrum stehen dabei die Eigenschaften Ehrlichkeit, Transparenz und Glaubwürdigkeit.

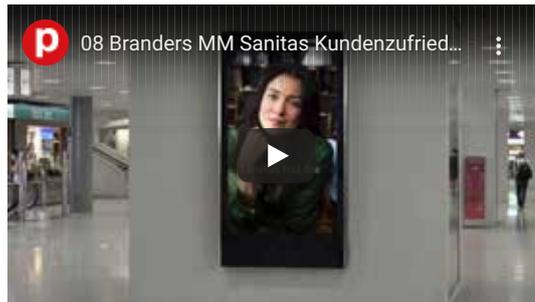
Die Krankenversicherung Sanitas präsentiert sich gemäss einer Mitteilung als «ideale Gesundheitspartnerin, die ihre Kundinnen und Kunden in all diesen Bereichen mit einer Reihe an Angeboten ganzheitlich unterstützt – vom digitalen Gesundheits-Coach über das führende Kundenportal bis hin zu zeitgemässen Produkten, die für maximalen Komfort und eine reibungslose Abwicklung im Krankheitsfall sorgen».

Ehrlichkeit, Transparenz und Glaubwürdigkeit – diese Eigenschaften stehen im Zentrum der Sanitas-Kampagne für das Jahr 2022. Das Motto lautet: «Let's talk!». Der Betrachter wird dabei mitten ins persönliche Umfeld verschiedener Kundinnen und Kunden versetzt und nimmt so an Gesprächen und Situationen teil, wie sie auch das echte Leben schreibt. Durch diese Kommunikation auf Augenhöhe würde Nähe und Vertrautheit entstehen. Entwickelt und umgesetzt wurde die Kampagne von der Sanitas-Leadagentur Branders.

Clips mit «plot twists»

Ob in der Küche, beim Apéro, im Treppenhaus oder beim Coiffeur – indem die Protagonistinnen und Protagonisten aus ihrem Leben und ihrem Gesundheitsalltag erzählen, erfährt man auf unterhaltsame Weise mehr über die konkreten Dienstleistungen von Sanitas. Tonalität, Ästhetik und Schauspiel sind dabei gemäss Mitteilung «hochwertig, der Inhalt authentisch und leicht verständlich» – mal geht es dramatischer zu und her, mal humorvoller. Was den Clips aber gemein sei, seien die inhaltlichen «plot twists»: Indem die Geschichten eine überraschende Wendung nehmen, würden sie für Wiedererkennung, Eingängigkeit und Unterhaltung sorgen.





Die insgesamt elf Filme bewerben unterschiedliche Services und Angebote von Sanitas und werden in drei Sprachen ausgespielt, wie es weiter heisst. Dazu passend gibt es statische Varianten, die auf sympathischen Porträtfotos beruhen. Hier wird die Werbebotschaft jeweils kurz und knackig in ein direktes Kund:innen-Zitat verpackt.

Im Zentrum der ersten Kampagnen-Welle steht das Thema Kundenzufriedenheit, wie es weiter heisst. Nachdem Sanitas laut eigenen Angaben bereits früher bei Umfragen zu diesem Punkt regelmässig Bestnoten erhalten habe, sei sie auch 2021 bei den Kundenbefragungen des Konsumentenmagazins K-Tipp und des Vergleichportals bonus.ch zuoberst auf dem Podest gelandet.





Die Kampagne wurde zielgruppengerecht als Digital-First-Kampagne aufbereitet und ist in Online-Videoformaten auf allen digitalen und Social-Media-Kanälen zu sehen. Ergänzt wird sie durch Digital-Out-of-Home in ausgewählten Regionen. Weitere Themen, die von Sanitas angesprochen werden und die zu einem späteren Zeitpunkt in diesem Jahr ausgespielt werden, sind das gemäss Mitteilung ebenfalls ausgezeichnete Sanitas-Kundenportal, die digitale Gesundheitsassistentin Alva, ein «neues innovatives und besonders zeitgemässes Angebot» sowie der «Sanitas Health Forecast», der jährlich jeweils im Juni erscheint.

Verantwortlich bei Sanitas: Kaspar Trachsel (Leiter Vertrieb und Marketing), Valentin Hüssler (Leiter Markenführung), Lukas Plewnia (Marketing Manager), Jasmine Rizzo (Marketing Manager), Simone Rolli (Corporate Design Manager); verantwortlich bei Branders: René Allemann (Creative Director & CEO), Marisa Güntlisberger (Director Omnichannel Experience), Sarah Hepp (Senior Brand Designer), Sarah Trendle (Executive Brand Designer), Anita Hsieh (Brand Designer), Walter Tagliaferri (Director Advertising), Patrik Bockhacker (Brand Consultant), Oliver Schmuki (Senior Editor); verantwortlich bei Richtig & Gut: Ariane Pochon (Director), Julia Illig & Ariane Pochon (Producer), Salome Raynal (Production Manager), Nino Michel (DoP), Marlise Isler (Production Design), Nino Michel (Editor), Julian Joseph (Sound Design, Tonverein); verantwortlich bei Webrepublic für die Mediastategie und Digital-Produktion: Raphaela Mangold (Client Solutions Manager), Kevin Haab (Senior Consultant Media Strategy), Stephanie Belvedere (Senior Art Director). (pd/tim)