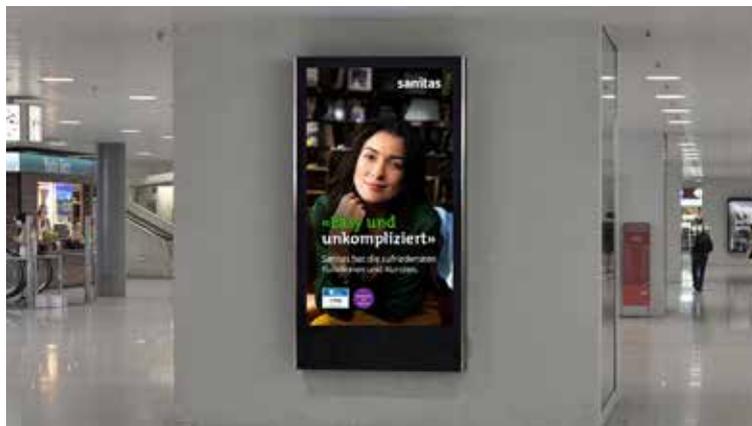


## Branders lässt für Sanitas die Kund\*innen sprechen

In der aktuellen Omnichannel-Kampagne für Sanitas rückt Branders die Kund\*innen ins Zentrum, um zu zeigen, weshalb die Krankenversicherung die ideale Partnerin ist, wenn es darum geht, Gesundheit zu pflegen, fördern und erhalten.

Redaktion - 13. April 2022



Die Krankenversicherung Sanitas präsentiert sich als ideale Gesundheitspartnerin, die ihre Kund\*innen in all diesen Bereichen mit einer Reihe an Angeboten ganzheitlich unterstützt – vom digitalen Gesundheits-Coach über das Kundenportal bis hin zu zeitgemässen Produkten, die für maximalen Komfort und eine reibungslose Abwicklung im Krankheitsfall sorgen möchten.

Die Eigenschaften Ehrlichkeit, Transparenz und Glaubwürdigkeit stehen im Zentrum der Sanitas-Kampagne für das Jahr 2022. Unter dem Motto «Let's talk!» werden die Betrachtenden mitten ins persönliche Umfeld verschiedener Kund\*innen versetzt werden und so an Gesprächen und Situationen teilnehmen, wie sie auch das echte Leben schreibt. Durch diese Kommunikation auf Augenhöhe soll Nähe und Vertrautheit entstehen.



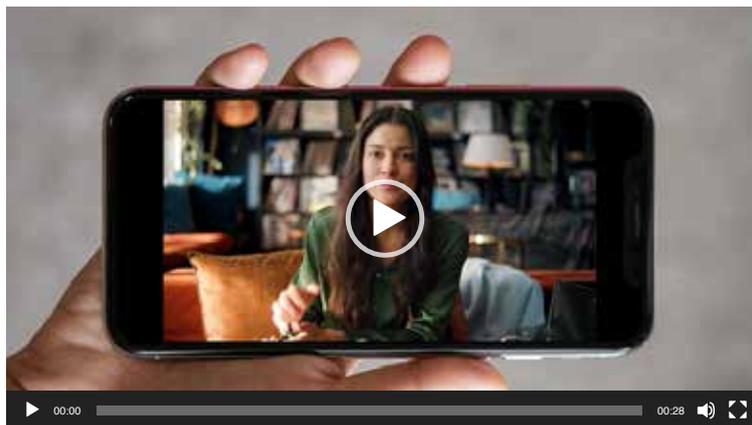
### Authentisch und mit «plot twist»

Aus Sicht der Protagonist\*innen werden die konkreten Dienstleistungen von Sanitas vermittelt. Mal geht es dramatischer zu und her, mal humorvoller. Was den Clips aber gemein ist, sind die inhaltlichen «plot twists»: Indem die Geschichten eine überraschende Wendung nehmen, sollen sie für Wiedererkennung, Eingängigkeit und Unterhaltung sorgen.

Die insgesamt elf Filme bewerben unterschiedliche Services und Angebote von Sanitas und werden in drei Sprachen ausgespielt. Dazu passend gibt es statische Varianten, die auf Porträtfotos beruhen. Die Werbebotschaft wird jeweils kurz und knackig in ein direktes Kund\*innen-Zitat verpackt. Im Zentrum der ersten Kampagnen-Welle steht das Thema Kundenzufriedenheit.



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 Sanitas-Kundenportal, die digitale Gesundheitsassistentin Alva, ein neues 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 (Mediastategie und Digital-Produktion):** Raphaela Mangold (Client Solutions Manager), Kevin Haab (Senior Consultant Media Strategy), Stephanie Belvedere (Senior Art Director).