

JUNG VON MATT

Sympany: Alles neu – und immer noch richtig gut versichert

Der Schweizer Versicherer Sympany läutet eine neue Ära ein. Im neuen, farbenfrohen, reduzierten Markenauftritt, mit neuem Claim und einer einzigartigen Imagekampagne mischt Sympany den Schweizer Versicherungsmarkt auf. Dabei wird klar: Sympany bietet genau das, was Kund:innen wollen.

MEDIENMITTEILUNG, 04.07.2022

Was erwarten Menschen von einer Versicherung? Diese Frage stand im Zentrum der Erarbeitung des neuen Markenauftritts der Schweizer Versicherung Sympany. Die Antwort? Zuverlässige, unkomplizierte Hilfe und ein auf die eigenen Bedürfnisse zugeschnittenes Angebot. Und genau das bietet Sympany den Kund:innen – und setzt dabei voll auf gelebte Kund:innenorientierung. Nämlich mit dem Sympany Kundenrat, eine Einzigartigkeit im Schweizer Krankenversicherungsmarkt. Dieses Gremium aus Sympany-Kund:innen prüft gemeinsam mit Fachexpert:innen der Versicherung Vorschläge für die Gestaltung von Dokumenten oder die Verständlichkeit von Informationsschreiben.

Und genau weil der Kundenrat der beste Beweis für konsequente Kund:innenorientierung ist und damit Sympany perfekt repräsentiert, steht er im Zentrum der ersten gemeinsamen Imagekampagne von Sympany und Jung von Matt, in der auch der neue, von **Jung von Matt BRAND IDENTITY** entwickelte Markenauftritt sein Debüt feiert.

Die Imagekampagne umfasst diverse TVC- und Online-Spots und wird durch eine auffällige und mit viel Wortwitz angereicherte OOH-Kampagne begleitet.

Die Spots, die ab Anfang Juli on Air sind, gewähren den Zuschauer:innen einen augenzwinkernden und nicht ganz ernst gemeinten Einblick in die Diskussionsrunden des Kundenrats – etwa zu Jahreszielen, Formulierungen oder zu neuen digitalen Angeboten. Dabei stellt der Kundenrat sicher, dass die Kund:innen von Sympany stets – so der neu entwickelte Claim – **richtig gut versichert** sind.

Begleitet werden die Spots durch eine auffällige und mit viel Wortwitz angereicherte OOH-Kampagne. Zentrale Botschaft der Headlines: Bei Sympany passen Nachfrage und Angebot genau zusammen, wie Cinderellas Fuss und ihr verlorener Schuh oder die Malstifte der eigenen Kinder und das Parkett der Nachbarn.

Vielfältig, bunt, aber ohne Firlefanzen

Das Marken-Redesign besticht durch eine feine Überarbeitung des bekannten Sympany Logos unter Beibehaltung des charakteristischen Kreiselements. Der visuelle Auftritt wurde mittels einer prägnanten Farbpalette erweitert, die sich vielfältig kombinieren lässt. Ein flexibles Layoutsystem ermöglicht es, den Markenauftritt auf allen Touchpoints passgenau auszuspielen. Abgerundet wird der neue Auftritt durch den Claim «Richtig gut versichert».

Damit trägt Sympany nun nach aussen, was innen schon lange gilt: Prägnante, unkomplizierte Versicherungsberatung und -leistungen ohne Firlefanzen. Aber immer so vielfältig und bunt wie die Kund:innen selbst.

JUNGvMATT

«Mit dem neuen Markenauftritt und der Imagekampagne gelingt es uns, die Marke Sympany kund:innenzentriert, humorvoll und visuell differenzierend in Szene zu setzen», sagt Judith Lanz von Sympany.

Bildmaterial: <http://gofile.me/6AqSP/2YkktSlre>

YouTube-Links:

https://youtu.be/3i_VDhpANoc

<https://youtu.be/SSZjPoydOJI>

<https://youtu.be/3es3kCvqU7Y>

<https://youtu.be/XiC1sG2cKvU>

Verantwortlich bei Sympany

Judith Lanz (Leiterin Marketing), Simone Stucki (Fachspezialistin Marketing), Michaela Emmenegger (Fachspezialistin Marketing), Olivier Perruchoud (Branding & Marktbearbeitung), Boris Jacklowsky (Leiter Produkte & Marketing)

Verantwortlich bei Jung von Matt LIMMAT

Dominique Magnusson, Jacqueline Rufener (Creative Direction), Tobias Peters, Linus Konetschnig, Sophia Kramer (Text), Sebastian Danielsson, Mutasin Grabenhorst, Chantal Ehrensberger (Art Direction), Ayleen Friedrich, Sarina Pruschy (Graphic Design), Christian Omlin, Philipp Siegenthaler (Strategie), Marianne Sauter, Sara Hirt (Beratung), Luitgard Hagl (Executive Creative Director), Dennis Hofmann (Executive Strategic Director), Nick Schoberth (Executive Client Director)

Verantwortlich bei Jung von Matt BRAND IDENTITY

Dr. Thomas Deigendesch (Strategie), Christina Widmann (Creative Direction), Pablo Scheidegger, Markus Wohlhüter, Monica Bühlmann (Design), Alessandra Bally (Beratung)

Verantwortlich bei Jung von Matt PLAY

Natascha Imfeld (Agency Producing)

Externe Partner:innen

blish

Jlona Kopf, Fabrizio Rutishauser, Chiara Killer, Desirée Lanz (Medienrealisation)

stories

Micha Lewinsky (Regie), Michèle Seligmann (Executive Producer), Jan Mettler (DoP), Adrian Frutiger (Musik), Philippa von Wittgenstein (Line Producer), Peter Scherz (Art Department), Patrizia Jäger (Styling)

JUNGvMATT

Filmanimation

FOREAL

Media

Publicis Media

Weiterentwicklung Corporate-Design / Umsetzungen

OSW Oswald Siegfried Werbeagentur

Events und Promotionen

Adcom Live Marketing

Kurzprofil Jung von Matt

Jung von Matt ist die kreativste Agenturgruppe der Schweiz. Sie umfasst ein Ökosystem aus acht Agenturen und 150 Expert:innen aus allen Marketing- und Kommunikationsdisziplinen. Jung von Matt liebt Ideen, die inspirieren und arbeitet für Schweizer Kultmarken wie Coop, V-Zug und Ovomaltine.