

Gesundheitspartner



VON STEFAN VOGLER*

Wenn Sie nicht wüssten, wer hinter CSS steckt, mit was würden Sie das neue Logo assoziieren? Ich habe an Wasser gedacht, an ein Elektrizitätswerk, das Strom mit Wasserkraft produziert. Doch das ist im Grunde unerheblich, denn die CSS ist eine der letzten grossen Krankenkassen, die ein Symbol im Logo hatten.

Der Diamant ist bald Geschichte. Im Frühling ist Schluss damit. Die CSS wird in Zukunft nur noch mit dem neuen Schriftzug auftreten. Visuell differenzieren sich die Mitbewerber nun nur noch durch die typografische Gestaltung des Logo und hauptsächlich durch die Farbe. So ist Helsana z.B. Dunkelrot, Sanitas Grün, Swica Türkis, Concordia Blau und Orange und CSS ist und bleibt Blau.

Das Re-Design hat einen strategischen Hintergrund. CSS ist kein reiner Krankenversicherer mehr, sondern positioniert sich neu als Gesundheitspartner. Das macht Sinn, denn Prävention ist das beste Mittel gegen die Explosion der Krankenkosten. Die CSS ist stolz auf das neue Logo «Endlich können wir es zeigen! Ich freue mich sehr über dieses Zeichen des Aufbruchs. Es schlägt eine Brücke zwischen Tradition und Zukunft.» postete CEO Philomena Colatrella auf LinkedIn und verkündete ihre Assoziationen: «Es steht im Zeichen von Innovation, Modernität und Transformation.», mit dem Ziel: «Wir wollen die bevorzugte



Gesundheitspartnerin unsere Kundinnen und Kunden werden.» Wie jedes neue Logo wird auch das der CSS Befürworter und Gegner auf den Plan rufen. Aber bald werden sich alle daran gewöhnt haben. Der Claim «Deine Gesundheit. Dein Partner.» scheint mir aber reichlich kompliziert. Warum nicht einfach «Dein Gesundheitspartner»? Oder weil die CSS eine AG ist und es schöner klingt: «Deine Gesundheitspartnerin»? ■

WWW.CSS.CH

Stefan Vogler berichtet über die Markenführung von grossen und kleinen, altbewährten, aufgefrischten oder neuen Marken.

WWW.MARKENEXPERTE.CH