

Referenzprojekt: Helvetia Versicherungen (europaweit) 2017

Aufgabenstellung:

Eine strategische Neuausrichtung der Helvetia Gruppe sollte deren Kernwerte auch in einer neuen Dachmarkenkommunikation wirksam erlebbar machen. Die kreativ zu übersetzenden Werte beliefen sich auf die vier Säulen Convenience, Transparenz und Fairness, Kompetenz sowie Swissness. Neben der Entwicklung eines neuen Markenclaims sollte ein entsprechendes, langlebig nutzbares, plakatives Kreativkonzept geschaffen werden, das vielseitig einsetzbar und für alle Ländermärkte (auch sprachlich einfach) der Marke adaptierbar ist. PKP BBDO hat sich in 3 Runden gegen 9 Agenturen aus CH, D und A durchgesetzt.

Umsetzung:

In intensiver Auseinandersetzung mit der Unternehmensstrategie sowie den Insights aus den Zielgruppen (begleitende Mafo) erarbeiteten wir in Phase 1 eine Unique Advertising Proposition, ein wortwörtlich klares Versprechen für den neuen Claim: „einfach. klar. helvetia“.

„Einfach“ im Sinne der Convenience für den Kunden. „Klar“ entsprechend der Transparenz und Fairness sowie bezugnehmend auf die umfassende Kompetenz, die wiederum für den Kunden alles „klar“ macht. „einfach. klar. helvetia“ als selbstverständliche Entscheidung des Konsumenten, wenn es um die Themen Versicherung und Vorsorge geht. „einfach. klar. helvetia“ aber auch als Selbstverständnis der Helvetia Gruppe eben in ihrer Haltung nach innen und außen. Der Markenkern der Swissness, der das gute Gefühl von Qualität und Solidität transportiert, wurde durch einen sogenannten Markenzusatz „Ihre Schweizer Versicherung“ integriert.

Der neue Claim repräsentiert jedoch nicht nur inhaltlich das zentrale Versprechen der Marke und die Bedürfnisse der Zielgruppe, die das Unternehmen deckt;

„einfach. klar. helvetia“ ist in seinem formalen Auftritt als Dreiklang auch die konsequente Erweiterung einer durch dreiteilige Elemente geprägten Brand-Appearance:

- Das Stilelement im Logo zeigt ein dreifärbiges Dreieck.
- der Jingle der Helvetia arbeitet mit drei hölzernen Taktschlägen, die wiederum von drei Tonfolgen eines Schweizer Alphorns abgelöst werden.

Wir schaffen mit dem neuen Claim also einen formal richtigen, stringenten Auftritt.

Schließlich fungieren die drei Worte „einfach. klar. helvetia“ seit 1.11.2017 als zentraler strategischer Dreiklang und Abbinder einer rein typografisch ausgeführten neu entwickelten Kampagne, die stets von drei Worten bzw. drei Aussagen getragen wird, die gemeinsam eine Story erzählen und im Kopf des Betrachters eine Kurz-Geschichte auslösen sollten.

- Die Systematik der Headline-Dreiklänge hat stets einen relevanten Ausgangspunkt im Bereich von Themen, die Vorsorge und Versicherung betreffen.
- Der zweite Teil des Dreiklangs lässt über ein Wort oder eine Aussage ein Problem oder eine Herausforderung entstehen.
- Der dritte Teil des Headline-Dreiklangs ist die Lösung, die stets von Helvetia präsentiert wird und sich aus ihrem Produkt- oder Serviceportfolio ergibt.

Wir arbeiten subtil und nicht deskriptiv, um ein hohes, differenziertes und qualitatives Kommunikationserlebnis beim Kunden zu schaffen. Eines, das es ihm gleichzeitig einfach und klarmacht, die Botschaften zu verinnerlichen und bereits nach dem ersten Kontakt die Mechanik unmittelbar mit der Marke zu verbinden und beides im Mindset zu verankern. Eine rein Wording-basierte Kampagne also, die neben der entsprechenden Differenziertheit und Plakativität dem Credo zeitgemäßer Kommunikation zu 100 % entspricht:

Die große Herausforderung lag darin, die gewünschten 120 Dreiklänge mit dem zentralen Marketing in Basel und sprachlich mit allen Märkten (6 Sprachen) in mehreren Workshops abzustimmen und die Produktion abzuwickeln.

Die gute Arbeit führte dazu, dass wir nun auch die Erarbeitung einer Employer Branding Kampagne übertragen bekam.

Brand Relaunch Helvetia Versicherungen / Strategie, Branding & Projektmanagement



Logo zum Zeitpunkt des Pitchbriefings



Helvetia Strategie 2020


einfach. klar. helvetia 
Ihre Schweizer Versicherung

simply. clear. helvetia 
Your Swiss Insurer

simple. clair. helvetia 
Votre assureur suisse

semplice. chiaro. helvetia 
La Sua Assicurazione svizzera

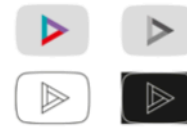
semplice. chiaro. helvetia 
La tua Assicurazione svizzera

simple. claro. helvetia 
Tu assicurador suizo

Neuer Claim sowie entwickelte Wort-Bild-Marke



Evolutionsprozess des Designs vom Pitch bis zur Umsetzung mit besonderem Fokus auf die Entstehung des Helvetia-Buttons anhand Print 1/1



Die umsetzungsnotwendigen Ausprägungen des Helvetia-Buttons

PKP BBDO

Brand Relaunch Helvetia Versicherungen / Wording Konzept

Versichern.
Vorsorgen.
Leichtgemacht.

Versicherung.
Fragezeichen.
Schon gelöst.

Fenster.
Fußball.
Wieder ganz.

Meine Firma.
Viele Challenges.
Alles im Griff.

Steilhang.
Topspeed.
Bestzeit.

Flanke.
Kopfball.
Tor.

Heute.
Morgen.
Vorgesorgt.

Versicherungswissen.
Schweizer Qualität.
Exzellenter Partner.

Pfanne.
Feuer.
Brandneue Küche.

Container.
Ladung verloren.
Keine Wellen.

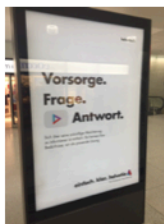
Ab sprung.
Flug.
Sichere Landung.

4 - 4 - 2.
2 x 45.
3 : 0.

Image-Headlines

Produkt-Headlines

Sponsoring-Headlines



Die Umsetzung

PKP BBDO