

Bern, 23. Januar 2017

## Medienmitteilung

### **Nonprofit-Spitex erstmals mit schweizweit einheitlicher Marke**

**Die Nonprofit-Spitex hat ihren visuellen Auftritt modernisiert und tritt erstmals mit einer schweizweit einheitlichen Marke auf. Das neue Logo ist das Ergebnis eines konsequenten Rebrandings mit der Überarbeitung und Neuinterpretation der bekannten Spitex-Bildmarke.**

Das neue Logo besteht aus der Bildmarke, der blau-grünen Ellipse, dem Claim „Überall für alle“, dem Namen der Organisation und der Ortsbezeichnung. Neu ist die Bildmarke links neben der Wortmarke platziert.

In einem zweijährigen Strategieprozess führte die Agentur Life Science Communication (LSC) im Auftrag des Spitex Verbandes Schweiz Marktanalysen, Umfragen und Workshops durch. Die Analysen bestätigten, dass die Spitex und ihr Logo in der Deutschschweiz einen sehr hohen Bekanntheitsgrad geniessen und deshalb beibehalten werden.

#### **Regionale Eigenheiten wahren**

In der Westschweiz dagegen haben die Organisationen für „aide et soins à domicile“ unterschiedliche Namen und heterogene visuelle Auftritte. Der neue Markenauftritt berücksichtigt diese Eigenheiten und stellt die schweizweit einheitliche Marke als verbindendes Element aller Nonprofit-Spitexorganisationen ins Zentrum. So wird in der Romandie jeweils der Eigenname der Organisation eingesetzt anstelle von Spitex. Für ausgewählte Organisationen ist eine Doppellogo-Lösung möglich.

Die neue Marke wird in den nächsten zwei Jahren in den Kantonalverbänden und Basisorganisationen rollend eingeführt.

Das neue Logo, exemplarisch eines pro Sprache:



Überall für alle

**SPITEX**

Luzern



Pour vous – chez vous

**NOMAD**

Neuchâtel



Ovunque per tutti

**SPITEX**

Spitex del  
Luganese



Dapertuot per tuots

**SPITEX**

Engiadina Bassa

Der Spitex Verband Schweiz ist der Dachverband der Schweizer Nonprofit-Spitex.

**Weitere Auskünfte:**

Francesca Heiniger, Leiterin Kommunikation/Marketing, Tel. 031 370 17 50,  
[heiniger@spitex.ch](mailto:heiniger@spitex.ch)