

PRESSEINFORMATION

Leipzig, 28. Januar 2020

Relaunch des Marktführers: Vita 34 vitalisiert Marke und Portfolio

Markenstrategie mit klarem Fokus / Purpose: Vitalere Zukunft für alle / Start mit nationaler Out-of-Home-Kampagne / Auszeichnung mit Marketingpreis

Frischzellenkur für die Markenwelt der Nabelschnurblutbank Vita 34: Mit einer geplanten Erweiterung des Geschäftsbereichs sowie der stringenten Transformation zur Zellbank erweitert der DACH-Marktführer für die Einlagerung von Stammzellen aus der Nabelschnur sein Produktportfolio sowie seine Zielgruppen. Im Marketing richtet das Unternehmen seinen Fokus auf eine progressive Zukunft - mit neuer Markenstrategie, klarem Purpose, frischem Design sowie einer nationalen Out-of-Home-Kampagne.

Erweiterung zur Zellbank mit enormen Marktpotenzial

Mehr als 230.000 Bestandskunden entschieden sich bisher für die Einlagerung von Stammzellen aus Nabelschnurblut in die 1997 gegründete erste private Stammzellbank Europas. Mit der jüngst gestarteten Transformation zur Zellbank fokussiert das Unternehmen auf weiteres Wachstum in naher Zukunft. Mit der geplanten Einführung der Einlagerung von körpereigenem Fettgewebe und den darin enthaltenen Stammzellen sowie der ebenfalls geplanten Erweiterung der Produktpalette durch die Kryokonservierung von Immunzellen aus peripherem Blut und Nabelschnurblut sind die Weichen für weitere enorme Marktpotenziale gestellt. Denn in Zukunft richtet sich das Produktangebot nicht mehr nur an werdende Eltern, sondern an Menschen jeglichen Alters.

Strategischer Markenrelaunch

Der Ausbau des Produktportfolios sowie die deutliche Erweiterung der Zielgruppen verlangten eine gänzliche Neupositionierung der Marke. Das Fundament dafür lieferte eine umfangreiche Analyse. Diese ergab unter anderem, dass eine Frau in Deutschland beim ersten Kind im Schnitt 29,6 Jahre alt ist und diese Zielgruppe den bisherigen Markenauftritt als verstaubt und wenig modern empfindet. Darüber hinaus fehlte der Marke eine klare Abgrenzung zur Konkurrenz sowie ein deutlicher Fokus in der Positionierung.

Daraus ableitend startete Vita 34 einen umfassenden Relaunchprozess, der die Vitalität und den Fortschritt der Marke erlebbar machen sollte. Als strategischer und kreativer Partner vertraute das Unternehmen dabei auf die Expertise der globalen Markenagentur MetaDesign mit Hauptsitz in Berlin. Gemeinsam mit den Brand-Profis wurde ein Markenzweck erarbeitet, der von nun an als Leitgedanke für alle zukünftigen Unternehmenshandlungen dient. Grundlage dafür war die strategische Neupositionierung mit einem klaren Fokus auf die

Zukunft. Übernahmen bisher Eltern für ihre Neugeborenen die Entscheidung, ob eine Einlagerung von Stammzellen und die damit verbundenen Chancen in der individualisierten Therapie genutzt werden, hat nun jeder Mensch die Möglichkeit, aktiv von den Fortschritten der Medizin zu profitieren. Mit dem neuen Purpose „Wir ermöglichen eine vitalere Zukunft für alle“ geht dies in die DNA von Vita 34 über. Gesundheit wird somit ein wesentlicher Bestandteil des individuellen Lifestyles und zum Statussymbol. Dem neuen Markenkern „Für mehr Vitalität im Leben“ und den Werten „menschlich“, „progressiv“ und „unkompliziert“ folgen Zukunft alle Marketingmaßnahmen.

Design basiert auf Grundformen der Zelle

Durch die Definition von vier Grundprinzipien wird ab jetzt das Markenerlebnis von Vita 34 gestaltet. Das Prinzip „Progress“ rückt Innovationen in den Mittelpunkt allen Handelns. „For Life“ positioniert die Vitalität eines Jeden als oberstes Ziel. Der Zugang zur Marke sowie das Einfühlungsvermögen verortet das Prinzip „User first“ und mit „Empowerment“ ist festgeschrieben, dass alle Produkte von Vita 34 für den Menschen da sind.

Diese Attribute wurden anschließend in das Look-and-Feel des Designs übersetzt. Lebendige Farben, organische Formen sowie eine klare Struktur kennzeichnen nun das äußere Erscheinungsbild des Unternehmens. Dabei leiten sich die grafischen Basiselemente aus den Elementen Schnur und Zelle ab und bilden die visuelle Ausgangslage für plakative Grafiken, erklärende Piktogramme oder abstrakte Gestaltungselemente.

Stichwort: Geschriebenes. Als neue Hausschrift wurde die aus dem Schweizer Hause Lineto stammende LL Circular gewählt. Durch ihre runden Formen unterstützt sie das Prinzip Vitalität. Zugleich wirkt sie modern und klar.

Eine klare Linie besitzt auch die Bildsprache. Emotionale Motive zeigen den Menschen in seinem natürlichen Umfeld - beim Sport, im Freien oder mit der Familie. Nähe und Dynamik spielen dabei eine starke Rolle. Die Farben der Fotos sind leicht entsättigt, mit natürlicher Lichtquelle und strahlen Wärme aus.

Relaunch mit Out-of-Home-Kampagne

Diese Neupositionierung von Vita 34 ist auch öffentlich wahrnehmbar. Mit einer nationalen Kampagne lässt sich die progressive Markenwelt in Print-Anzeigen, im Wartezimmer-TV von Arztpraxen und Kliniken sowie in den Städten Leipzig, München und Hamburg out-of-home erleben. Mit einem „Twinkle in the eye“ wurde die Unwissenheit der Gesellschaft bei diesem Thema aufgegriffen. Mit den Fragen „Nabel ... was?“ oder „Was für'n Blut?“ wird inhaltliche Neugier geweckt und für dieses wichtige Thema sensibilisiert.

Markenstrategie mit Marketingpreis Leipzig ausgezeichnet

Relaunch mit Impact! Gleich nach dem Start der Kampagne erhielt Vita 34 direkt positiven Response für den kreativen Mut und die inspirierende Umsetzung der neuen Markenstrategie. Als Sieger des Marketingpreises Leipzig 2019 setzte sich das Unternehmen

gegen zahlreiche Mitbewerber durch und überzeugte die hochkarätig besetzte Jury des Marketing-Club-Leipzig e.V. vor allem mit dem ganzheitlichen Ansatz und den nachweisbaren Erfolgen beim Redesign des kompletten Marketings. „Die Vitalität des Markenauftritts entspricht in allen Bereichen und Kommunikationskanälen dem sehr erklärungsbedürftigen Produkt“, begründeten die Juroren ihre Entscheidung und bestätigten damit zugleich die enorme Durchschlagskraft des Markenrelaunchs.

Die neue Wortmarke:

VITA34

[Download](#)

Anzeigen und Ratgeber:



[Download](#)



[Download](#)



[Download](#)

Design und Kampagne:



[Download](#)



[Download](#)



[Download](#)

Kontakt:

Vita 34 AG

Deutscher Platz 5a, 04103 Leipzig

Telefon: +49 (0) 341 48792-0

E-Mail: presse@vita34.de

Internet: www.vita34.de