

Krankenkasse neu gedacht

Für mehr Leichtigkeit im Leben

Leverkusen, 15.12.2022: Ein neues Logo mit Bildmarke, vitale und aktivierende Farben und ein neuer Kommunikationsstil – die Pronova BKK macht sich fit für die Zukunft. Der frische Markenauftritt zeigt die Veränderung: für Kundinnen und Kunden wird Krankenkasse jetzt leichter.

Ob bei kleinem Wehwehchen oder komplexem Antrag, der Kontakt mit der eigenen Krankenkasse sollte ganz einfach sein. In der Realität erleben Versicherte jedoch unverständliche Sprache und undurchsichtige Prozesse. Das liegt zum Teil in der Natur der Sache, denn das Sozialgesetzbuch ist die Grundlage jeglichen Handelns der Gesetzlichen Krankenversicherung. Es verwundert also nicht, wenn Kundinnen und Kunden Abläufe, Anträge und Entscheidungen dank Paragrafendschunzel und Behördendeutsch kompliziert erscheinen.

Gemeinsam Krankenkasse neu denken

„Wir, die Pronova BKK, zeigen, wie es leichter geht. Bei uns gibt es verständliche Antworten, nicht nur bei kurzen Fragen, sondern auch bei komplexen Anliegen. Nicht weil wir allwissend sind, sondern weil wir uns wirklich kümmern. Wir hören aufmerksam zu, bereiten uns vor, recherchieren ein bisschen länger und gehen für unsere Versicherten gerne die Extrameile. Und das bei Routineanliegen genau wie in Ausnahmesituationen“, erklärt Lutz Kaiser, Vorstand der Pronova BKK. Die Kontaktmöglichkeiten zur Kasse sind dabei so divers wie ihre Kundinnen und Kunden. Ob analog oder digital, Beratung und Informationen gibt es da, wo die Versicherten sind. „Wir begleiten jeden Einzelnen und Familien genauso leidenschaftlich wie große Unternehmen“, so Lutz Kaiser weiter.

Die Neupositionierung wird durch den neuen Markenauftritt sichtbar. Er fokussiert Dinge inhaltlich und optisch auf das Wesentliche. „Die neue Pronova BKK ist klar in ihrer Gestaltung und Kommunikation. Unsere Farben stehen für Lebendigkeit, sind mal kräftiger und mal in Pastell. Kombiniert mit viel Weiß vermitteln wir Frische, Klarheit und unsere positive Grundhaltung“, beschreibt Justin Wünschler, Bereichsmanager Kundenservice, Vertrieb und Marketing, die neue Marke. Damit die Kundinnen und Kunden diese Leichtigkeit erleben können, ist viel Arbeit von Nöten: „Wir schauen uns wirklich jeden Brief, jeden Text

auf unserer Website und jeden Klick-Weg in unserer App an, um sie für unsere Versicherten klar, intuitiv, einfach – eben leicht – zu machen.“



Mutiges Design, aktive lebhaftere Farben und eine neue Schrift: Mit ihrer neuen Wort-Bild-Marke hebt sich die Pronova BKK von anderen Krankenkassen ab. Bildrechte: Pronova BKK

Über die Pronova BKK

Mit der Pronova BKK fühlt sich Krankenkasse leicht an. Ob analog oder digital – 645.000 Versicherte und über 86.000 Firmenkund*innen können auf den ausgezeichneten Service und das Engagement der 1.500 Mitarbeitenden zählen. Seit über 200 Jahren gestaltet sie als Betriebskrankenkasse das Gesundheitssystem von Morgen mit. Neben einfachen, schnellen und klaren Prozessen liegt der Fokus der Pronova BKK auf nachhaltigem Management. Dafür wurde sie als erste gesetzliche Krankenkasse vom TÜV zertifiziert.