

## Das Wesentliche zur Perfektion bringen: ottonova launcht erste Markenkampagne

Unter dem Markenversprechen „reduced to the best“ startet der digitale, private Krankenversicherer ottonova seine erste Markenkampagne. Kern der Kampagne ist ein TV-Spot, der auf künstlerische Weise unter Wasser demonstriert, wie Minimalismus zu Perfektion führen kann.

**München, 25.09.2019.** ottonova hat heute seine erste Markenkampagne auf dem deutschen Markt gelauncht. Dabei setzt der digitale, private Krankenversicherer auf einen Unterwasser-Spot, der mit seinen geradlinigen, anspruchsvollen und eleganten Aufnahmen zeigt, dass Zielstrebigkeit durch Fokussierung auf einige wenige Schwerpunkte ausreicht, um bestmögliche Leistungen zu erbringen. Das Ziel von ottonova war es, eine differenzierende und identitätsstiftende Markenpositionierung zu entwickeln, die die Bekanntheit in der breiten Öffentlichkeit erhöht und das Unternehmen im Markt der privaten Krankenversicherung nachhaltig etabliert.

„Die Maxime bei ottonova ist, alles Unnötige wegzulassen und das Wesentliche zur Perfektion zu bringen“, sagt Jesko Kannenberg, Vorstand Vertrieb und Marketing bei ottonova. „Wir verzichten auf den Verwaltungsapparat und fokussieren Mensch und Technologie auf das, was für unsere Kunden wirklich zählt. Dieses Gefühl wollen wir auch in dem Spot wiedergeben.“ Als erste Neugründung im privaten Krankenversicherungsbereich seit über 20 Jahren strebt ottonova danach, Kunden ein rundum zufriedenes und intuitives Erlebnis mit ihrer Versicherung zu ermöglichen. Der Fokus liegt dabei darauf, Komplexitäten abzubauen und Versicherte mit modernen Technologien durch die Gesundheitsbranche zu navigieren.

### Gänsehaut-Aufnahmen von den Bahamas

Auch beim Dreh zum TV-Spot war „reduced to the best“ der Kerngedanke: Ein kleines Team musste in kürzester Zeit für herausstechende Unterwasserbilder sorgen. Hochspezialisierte Taucher und Filmemacher waren minutiös aufeinander abgestimmt, um jeden Take ohne Reibungsverluste durchführen zu können – und um niemanden in Gefahr zu bringen. Die zwischen Apnoe-Taucher und Kameramann einstudierte Choreographie sorgte für spektakuläre Aufnahmen mit nur einem Atemzug.

Die Produktion des TV-Spots verantworteten die Filmproduktion Embassy of Dreams sowie der mehrfach ausgezeichnete Filmemacher James Morgan. Seine Expertise liegt in der künstlerischen Umsetzung von anspruchsvollen Szenen, die nachhaltig für Gänsehaut sorgen. Die Musik stammt von Supreme Music aus Hamburg. Für die Mediaplanung ist Mediaplus verantwortlich.

Der TV-Spot ist ab sofort im Fernsehen zu sehen. Ergänzt wird die Markenkampagne von Online- und Social Media-Ads. In den nächsten Monaten sind weitere Marketing-Maßnahmen wie Feature-Filme unter dem Claim „Reduced to the best“ geplant.

### **Mit digitalen Features Mehrwerte schaffen**

Als digitaler, privater Krankenversicherer setzt ottonova auf einen rein digitalen Umgang mit seinen Kunden. Die Kommunikation läuft papierlos über die ottonova App, über die auch Arzttermine und Arzt-Video-Calls organisiert und Rechnungen hochgeladen werden können. „Unsere Kunden sollen sich auf das konzentrieren, was für sie wichtig ist – nicht auf umständliche Abstimmungen mit dem deutschen Gesundheitsapparat“, erklärt Jesko Kannenberg. „Indem wir ihnen technologische Features und persönliche Beratung auf Augenhöhe bieten, unterstützen wir sie, ihre eigenen Ziele zu verfolgen und sich nicht vom Weg abbringen zu lassen.“

ottonova bietet neben der privaten Krankenvollversicherung auch Zahnzusatz- und Krankenhauszusatzversicherungen an, sowie einen Tarif speziell für in Deutschland lebende Expats.

Den Spot können Sie hier anschauen: <https://youtu.be/oi-Bq7ytYoQ>

### **Über ottonova**

ottonova ist die erste komplett digitale Krankenversicherung Deutschlands. Das Unternehmen mit Sitz in München vereinfacht mit der eigens entwickelten App den Umgang für Versicherte mit ihrer Krankenversicherung. Dadurch haben Kunden Zugriff auf sämtliche Service-Angebote wie den Concierge-Service, der Versicherten bei allen Anliegen rund um die Uhr zur Verfügung steht. Als erste deutsche Krankenversicherung ermöglichte ottonova allen Kunden telemedizinische Arztkonsultationen. In der KUBUS-Studie 2018 zu privaten Krankenversicherungen erreichte ottonova den jeweils 1. Platz in den Bereichen Kundenzufriedenheit, gutes Preis-Leistungs-Verhältnis und Kundenservice. Das Unternehmen wurde 2017 gegründet, es beteiligen sich bereits Holtzbrinck Ventures, Vorwerk Ventures, Tengemann Ventures, btov, STS Ventures und die Debeka, Deutschlands größte private Krankenversicherung, an ottonova. [www.ottonova.de](http://www.ottonova.de).

### **Kontakt:**

ottonova services GmbH  
Sina Weidner  
PR Manager  
Ottostr. 4  
80333 München  
[sina.weidner@ottonova.de](mailto:sina.weidner@ottonova.de)  
+49 89 26 20 98 200