

Markenidentität

Einheitlichkeit ist der Schlüssel zu einem klaren Image

Markenerlebnis

Bei der Suva stellen wir die einzelnen **Menschen ins Zentrum** unseres Handelns. Für sie sind wir ein zuverlässiger Rückhalt. Darum präsentieren wir uns hell und freundlich, streben nach Nähe und Authentizität.

Herkunft

Historisch: Gründung im Jahr 1918 (100 Jahre Erfahrung)

Kulturell: Abbild der Schweiz (Konkordanz und Neutralität)

Ideell: Gemeineidgenössischen Solidarität (Arbeitgeber + Arbeitnehmer)

Werte

Engagement: Wir setzen uns engagiert für die Anliegen unserer Versicherten ein.

Fairness: Wir handeln gerecht und ehrlich, und achten unsere versicherten Arbeitgeber und -nehmer als Menschen

Verlässlichkeit: Wir handeln verbindlich und halten uns an Abmachungen. Auf die Suva ist Verlass.

Persönlichkeit

- kompetent, stabil, sicher, klar, sachlich, funktional, planerisch, einfach, stark, erfolgreich, kräftig, technisch [*Motiv: Autonomie*]
 - vertrauensvoll, verlässlich, ehrlich, gesund, beruhigend, bodenständig, natürlich, freundlich [*Motiv: Sicherheit*]
 - kontaktfreudig, individuell [*Motiv: Erregung*]
-

Kompetenz

Analyse: Wir finden Ursachen und entwickeln Massnahmen

Expertentum: Wir haben Fachwissen und Erfahrung

Konsequenz: Wir kontrollieren und setzen durch

Empathie: Uns liegt der Mensch am Herzen

Fürsorge: Wir machen Arbeit und Freizeit sicher

Individualität: Wir finden massgeschneiderte Lösungen

Leistung

Die Suva ist mehr als eine Versicherung. Denn das Modell Suva vereint

Prävention, Versicherung und Rehabilitation.

Ideal

Mehr Wandel – vom Lehrer zum Partner

Mehr Sympathie – tiefe, spontane Zuneigung

Mehr Offenheit – für Neues und Weiterentwicklung
