



Medienmitteilung, 9. April 2015

RehaClinic überzeugt mit neuem Auftritt

Vor dem Hintergrund eines erfreulichen Wachstums systematisiert die RehaClinic-Gruppe ihr Markenhaus und richtet ihre Medien neu aus.

Die RehaClinic-Gruppe, die in den Bereichen der Rehabilitation, Prävention, Schlafmedizin und Reintegration aktiv ist, gehört zu den namhaften Akteuren des schweizerischen Gesundheitsmarkts. Die Gruppe, die aus dem Zusammenschluss der Rehabilitationskliniken Bad Zurzach und Baden sowie der Integration der Höhenklinik Braunwald entstand, ist heute in weiten Teilen der deutschen Schweiz und namentlich auch im Kanton Zürich aktiv. Mit einem kontinuierlichen quantitativen und qualitativen Wachstum und der gelebten Vision einer integrierten Versorgungskette agiert die Gruppe äusserst erfolgreich.

Integration der Vielfalt

Durch die unternehmerische Dynamik der vergangenen Jahre entstand der Bedarf nach einer Restrukturierung und Neuordnung des Markenhauses.

Die soeben implementierte neue Markenarchitektur soll sichtbar machen, dass die RehaClinic-Gruppe nicht allein im Kernbereich der Rehabilitation exzellente Leistungen anbieten kann, sondern auch auf die heute immer wichtigere Prävention fokussiert und ihren Kunden bei Bedarf auch im Bereich der beruflichen und sozialen Reintegration nachhaltige Unterstützung bietet.

Um die einzelnen Geschäfts- und Tätigkeitsbereiche transparent abzubilden, wurde ein Markenhaus gebaut, das die Unternehmensgruppe als vielgliedrige Einheit darstellt, interdisziplinär in den Kompetenzen, engmaschig vernetzt, nahe an den Kunden und ausgerichtet auf neue Bedürfnisse, die am Horizont einer Gesellschaft auftauchen, deren Lebenserwartung immer noch ansteigt.

Neue Medien

Die neue Gliederung der unternehmerischen Einheiten und die Einführung neuer Submarken, welche unter einer gemeinsamen Dachmarke agieren, verlangten auch nach einer Neuordnung der Angebotsdokumentation. Auf den Stichtag des 1.4.2015 realisierte RehaClinic eine Prospektreihe zu den stationären Angeboten (RehaClinic), den ambulanten Angeboten (RehaCenter) sowie der beruflichen und sozialen Reintegration (RehaFirst) und schaltete eine umfassende und vollständig überarbeitete Website auf, die auch den Anforderungen mobiler Endgeräte (Smartphones und Tablets) entspricht. Mit all diesen Massnahmen will RehaClinic nach aussen sichtbar machen, was in der Substanz bereits erfolgreich vollzogen ist.

Weitere Informationen durch:

RehaClinic AG – Unternehmensgruppe für Rehabilitation und Prävention
Franziska Strecker, Marketing und Kommunikation
Quellenstrasse 34, 5330 Bad Zurzach
Telefon 056 269 54 59
f.strecker@rehaclinic.ch, www.rehaclinic.ch

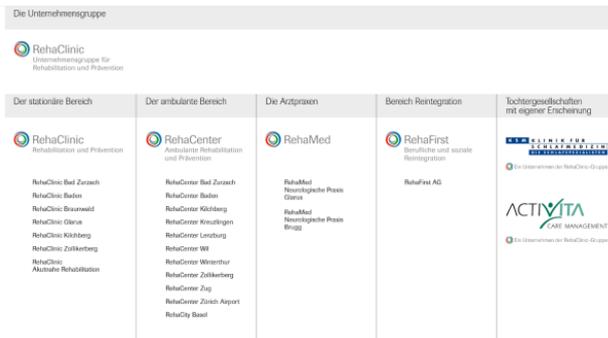


RehaClinic

Unternehmensgruppe für
Rehabilitation und Prävention

RehaClinic, eine namhafte und in weiten Teilen der deutschsprachigen Schweiz tätige Unternehmensgruppe mit Sitz in Bad Zurzach, ist in den Bereichen Rehabilitation, Prävention, Schlafmedizin und Reintegration tätig. Die RehaClinic-Gruppe betreibt sieben stationäre Rehabilitationskliniken, elf ambulante Rehabilitations- und Trainingszentren, zwei Kliniken für Schlafmedizin sowie zwei auf die berufliche und soziale Reintegration spezialisierte Einrichtungen und koordiniert diese Angebote zu einer integrierten Versorgungskette. Die einzelnen Fachkompetenzen werden gesamtheitlich aufeinander ausgerichtet und mit den vor- und nachgelagerten Institutionen eng vernetzt. Eine eigene Forschungsabteilung garantiert die fortlaufende Weiterentwicklung der Rehabilitationsmedizin.

Abbildungen JPEG im Anhang



Bildlegende Grafik Markenhaus: Das neue Markenhaus bildet die einzelnen Geschäfts- und Tätigkeitsbereiche der RehaClinic-Gruppe transparent ab.



Bildlegende Medienrelaunch: Mit einem Relaunch der wichtigsten Medien gibt sich die RehaClinic-Gruppe ein markantes Profil.