

Medienmitteilung von Primafila

Die Aargauische Pensionskasse setzt im neuen Auftritt auf Argovianess

Die Aargauische Pensionskasse (APK) tritt ab Juli 2023 mit einer unverwechselbaren Visualisierung auf. Mit ihrer strategischen Markenausrichtung ankert die APK in ihrer Region, nämlich in der Landschaft des Kantons Aargau mit den drei Flüssen Aare, Reuss und Limmat, die beim sogenannten Wasserschloss zusammenfliessen. Dieses Sinnbild der Kontinuität, Stärke und Verbundenheit mit der eigenen Region sowie Aquarell-Visuals dokumentarischen Inhalts prägen auf unverwechselbare Art den innovativ weiterentwickelten Kommunikationsauftritt und das Design der APK.

Die Markenwerte der APK sind laut ihres Kommunikations- und Marketingverantwortlichen Michael Suter vereinfacht und resümiert gesagt: menschlich, solide und klar. Das Bild der drei Flüsse, eine Visualisierung im Aquarellstil und die dokumentarische Komponente prägen ab Juli 2023 den Online-Auftritt der APK mit Porträtfilm, die Briefschaften und Formulare, den Geschäftsbericht, die Signage wie Gebäudeanschrift, einige wenige Give-aways etc. Die visualisierte Vision, so auch fürs (Audio-)Logo, fasst Michael Suter in Worte: «Die APK bündelt für ihre Versicherten die drei Kapitalflüsse aus Arbeitgeber- und Arbeitnehmerbeiträgen sowie aus dem Kapitalmarkt für eine starke, angemessene Vorsorge, beständig, fliessend, über das Berufsleben hinaus.»

Die Aargauische Pensionskasse (APK) ist eine öffentlich-rechtliche eigenständige Vorsorgeeinrichtung. Sie ist in der Deutschschweiz, im Kanton Aargau, und somit lokal und kantonal verankert. Und dies seit über hundert Jahren. Mit ihrer Rechtsform ist sie nicht gewinnorientiert. Ihre rund 35'000 Versicherten sind aus den Bereichen Schulen (Lehrerinnen), Verwaltung (Beamte), Gesundheitswesen (vor allem Pflegefachfrauen) und weitere Berufsleute. Sie sind vornehmlich weiblich und über ihre Arbeitgeber, die über 170 Vertragspartner der APK, an diese bewährte Vorsorgeeinrichtung gebunden.

«Das überarbeitete Corporate Design ist Teil unseres neuen Kommunikationskonzeptes», betont Suter. «Dabei spielt die Argovianess eine zentrale Rolle. So spiegelt sich der Kanton Aargau in der Wort-Bild-Marke, der neuen Bildwelt und auch im Audio Brand. Bei Letzterem setzen wir auf eine weiche und klare weibliche Stimme aus dem Fricktal.» Mit dem modernen Auftritt sollen sich insbesondere auch jüngere Versicherte verstärkt für die Pensionskasse interessieren. «Viele Menschen beschäftigen sich erst ein paar Jahre vor der Pensionierung mit der Altersvorsorge. Dabei zahlt sich eine frühe Auseinandersetzung mit dem Thema meistens aus, beispielsweise im Rahmen von Lohnverhandlungen», so Suter.

Der neue Auftritt der APK bedeutet Heimat. So sind in den Aquarell-Visuals beispielsweise die drei Flüsse, Architekturen, Ortsbilder des Kantons Aargaus und Arbeitsstätten der Versicherten real abgebildet. Durch diesen starken Wiedererkennungswert der eigenen Umgebung und den realen Personen aus dem Versichertenkreis, kombiniert mit dem leichten und fliessenden Aquarellstil des neuen Designs, differenziert sich die APK von anderen Vorsorgeinstitutionen. Durch die

dokumentarische Komponente ist das Design ausgesprochen kompatibel mit verbalen Inhalten.

Zürich, 12. Juli 2023

Verantwortlich: Michael Suter, Verantwortlicher Kommunikation und Marketing, APK, gemeinsam mit Primafila AG (Art Director von Primafila: Dave Hänggi).