

Von Insights zu Impact: Kreativität in der Gesundheits- & Sozialbranche – der VITREA Case

CREATIVE TRANSFORMATION HEALTH & SOCIAL BUSINESS
IMPULSVORTRAG VON KISKA AM 21.04.2026

KURZE VORSTELLUNG

Speakerinnen & KISKA

Aber erstmal...wer sind wir?



Lisa Dachs

Team Lead Brand Strategy

Lisa has been at KISKA for 10 years, where she has created various successful and sustainable brand strategies. To create impact, Lisa collaborates closely with a team of researchers, strategists, communication experts & designers to develop brand, product, and communication strategies for brands like Schöffel, Liebherr, Orbea, KTM & Steyr.



Anneli Eddy

Lead Brand Strategist

Anneli has been at KISKA for 5 years, specializing in insight-driven brand development, helping organisations uncover what makes them distinct and turn complex needs into clear, actionable direction. She has led and supported strategic work for international brands including VITREA, Mercedes-Benz, Oberbank, CFMOTO, BAJAJ, Orbea, and Campagnolo.

└
OUR PROFILE

KISKA. AN INTEGRATED BRAND AND DESIGN AGENCY.

Owner operated since 1990.

AUSTRIA

GERMANY

USA

CHINA



35
Years



160
Creators



12
Integrated
Services



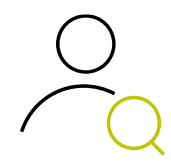
30
Nations

OUR SERVICES

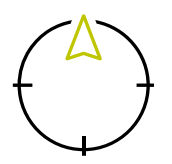
SKILLS UNITED

Everything your brand needs under one roof.

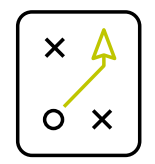
From strategy to product launch, KISKA integrates Brand, Design, and Communication.



Research



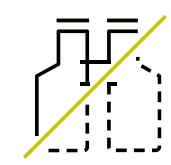
Brand Strategy



Product Consulting



Innovation Consulting



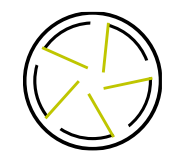
Product Experience Design



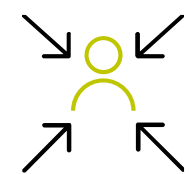
Brand Communication



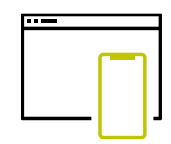
Apparel & Footwear Design



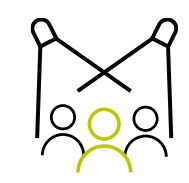
Transportation & E-Mobility Design



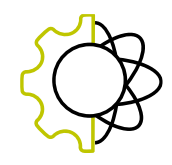
Experience Design



Digital Product Design



Branded Space Design



Engineering & Prototyping

OUR SECTORS

KISKA.

Vehicles

Mobility

Sports

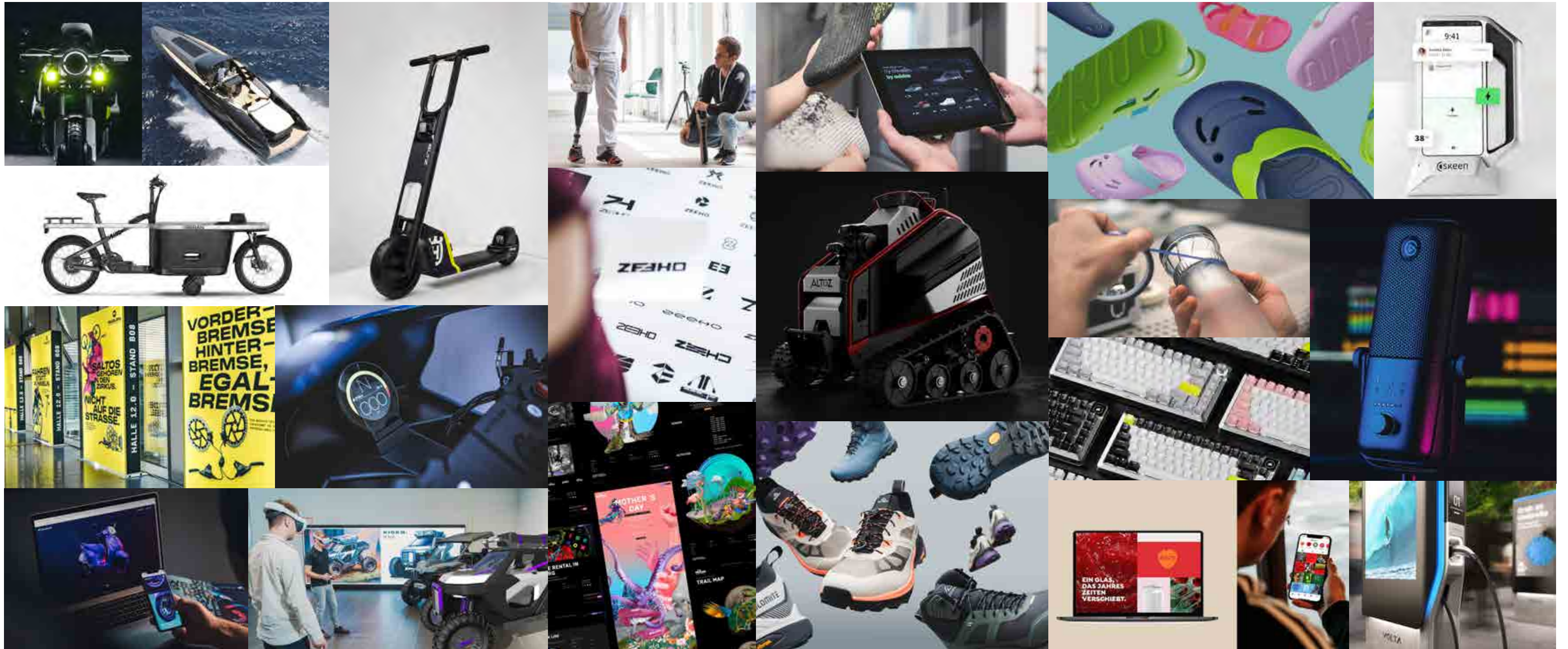
Outdoor

Consumer

Healthcare

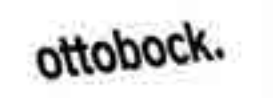
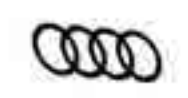
Infrastructure

Industrial



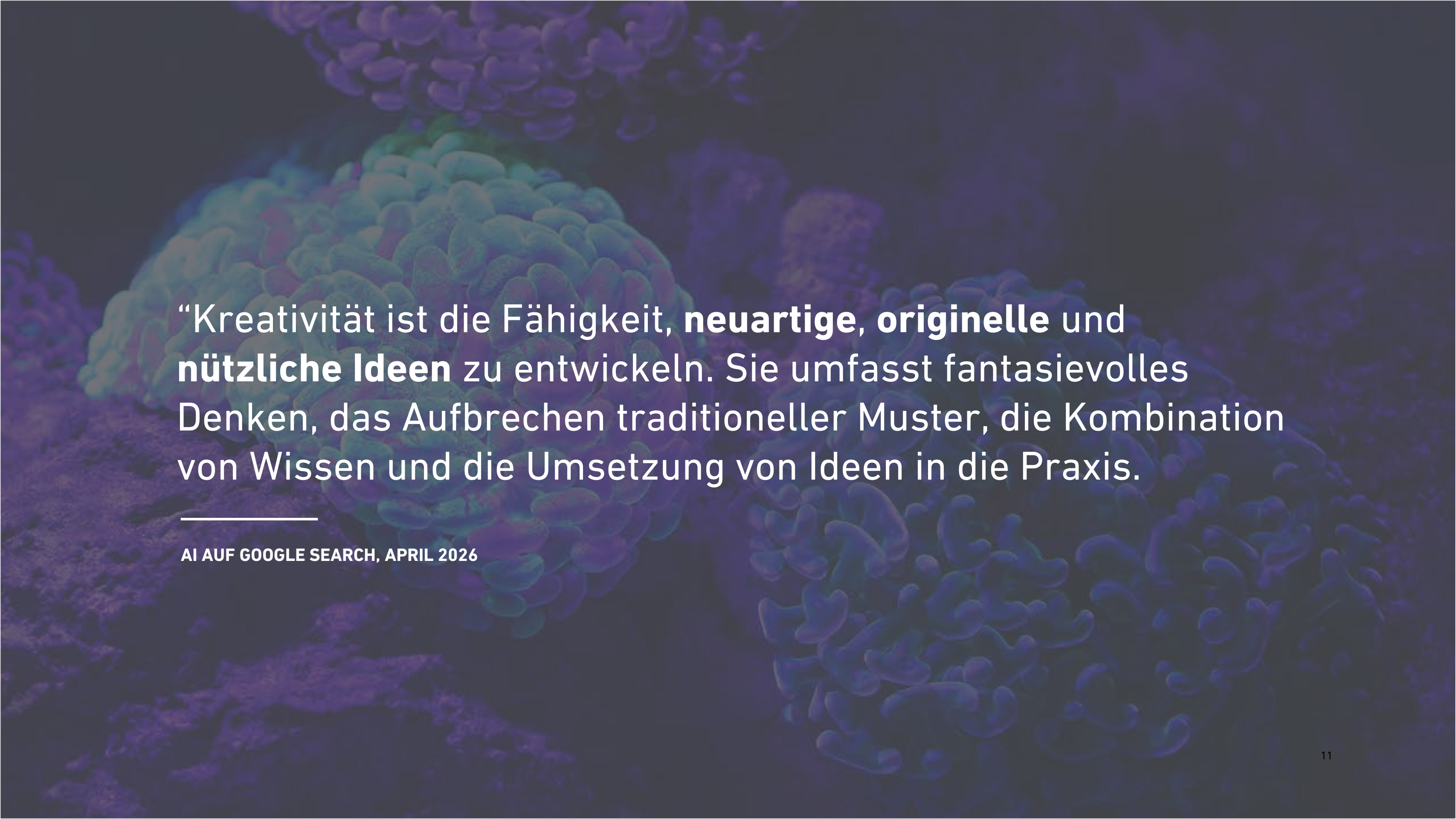
300 + CLIENTS

KISKA.



WAS IST KREATIVITÄT?

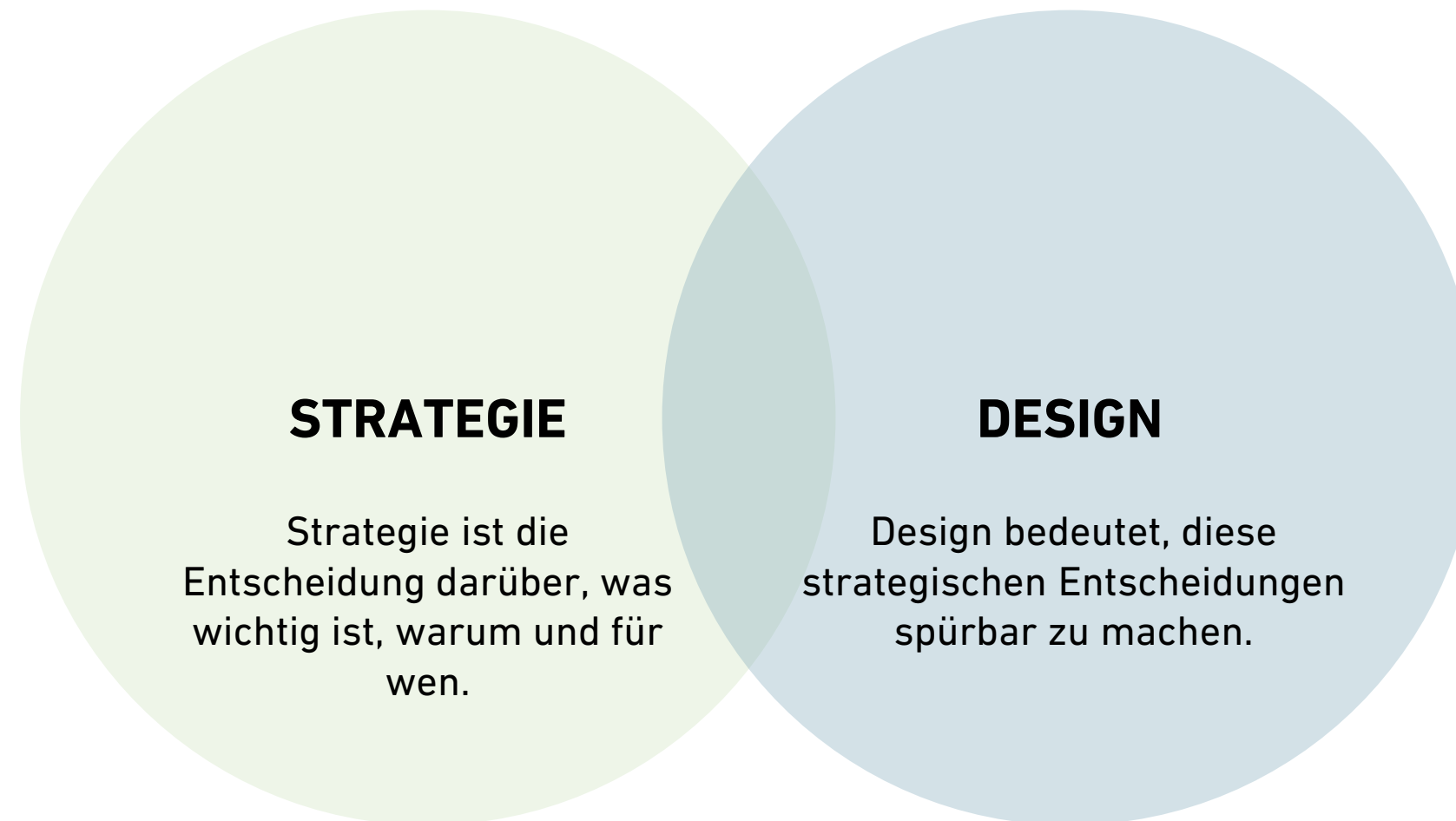
Wie kann **Kreativität** die Gesundheits-
und Sozialbranche **empowern**?



“Kreativität ist die Fähigkeit, **neuartige, originelle** und **nützliche Ideen** zu entwickeln. Sie umfasst fantasievolles Denken, das Aufbrechen traditioneller Muster, die Kombination von Wissen und die Umsetzung von Ideen in die Praxis.

AI AUF GOOGLE SEARCH, APRIL 2026

Kreativität für uns ist die Mischung aus...





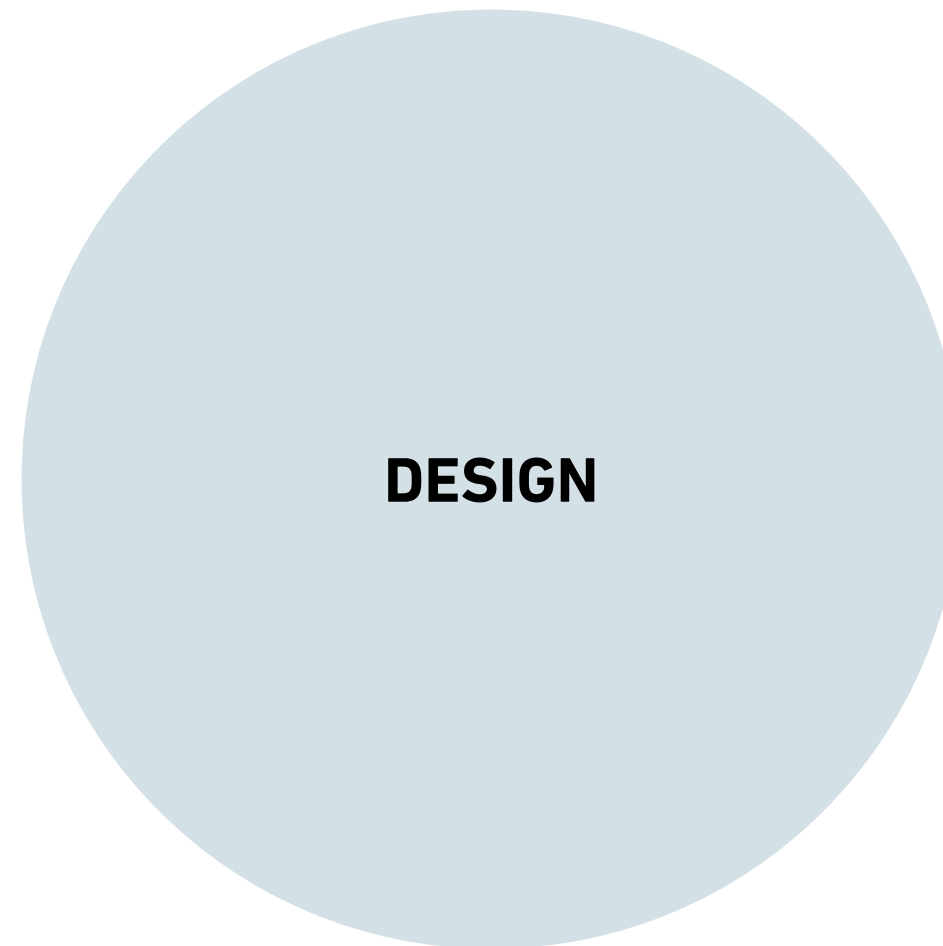
STRATEGIE

**Strategie ohne Design
bleibt ein Foliensatz.**

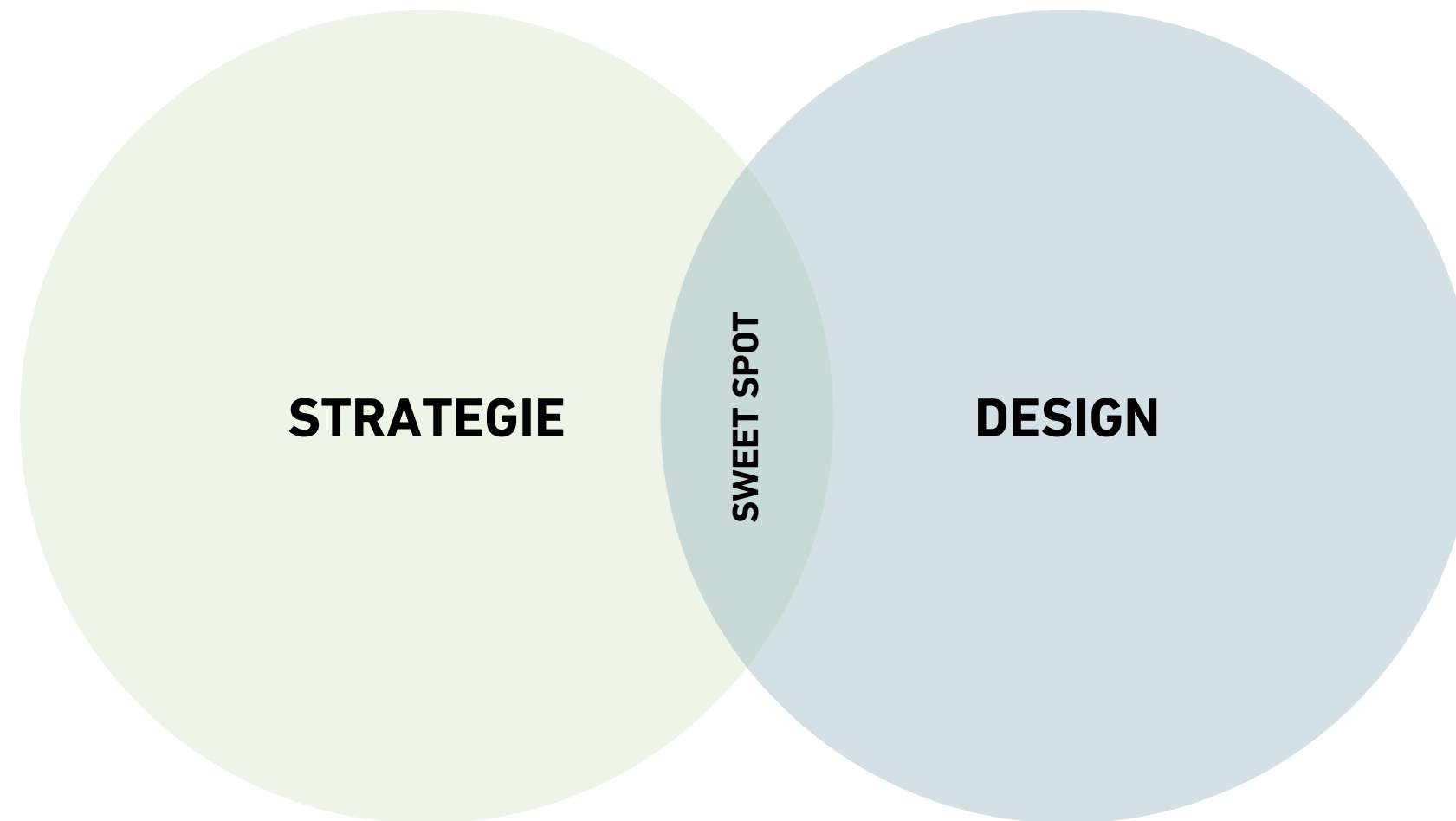
Sie landet nie.

Design ohne Strategie ist Dekoration.

Sie bewegt nichts.



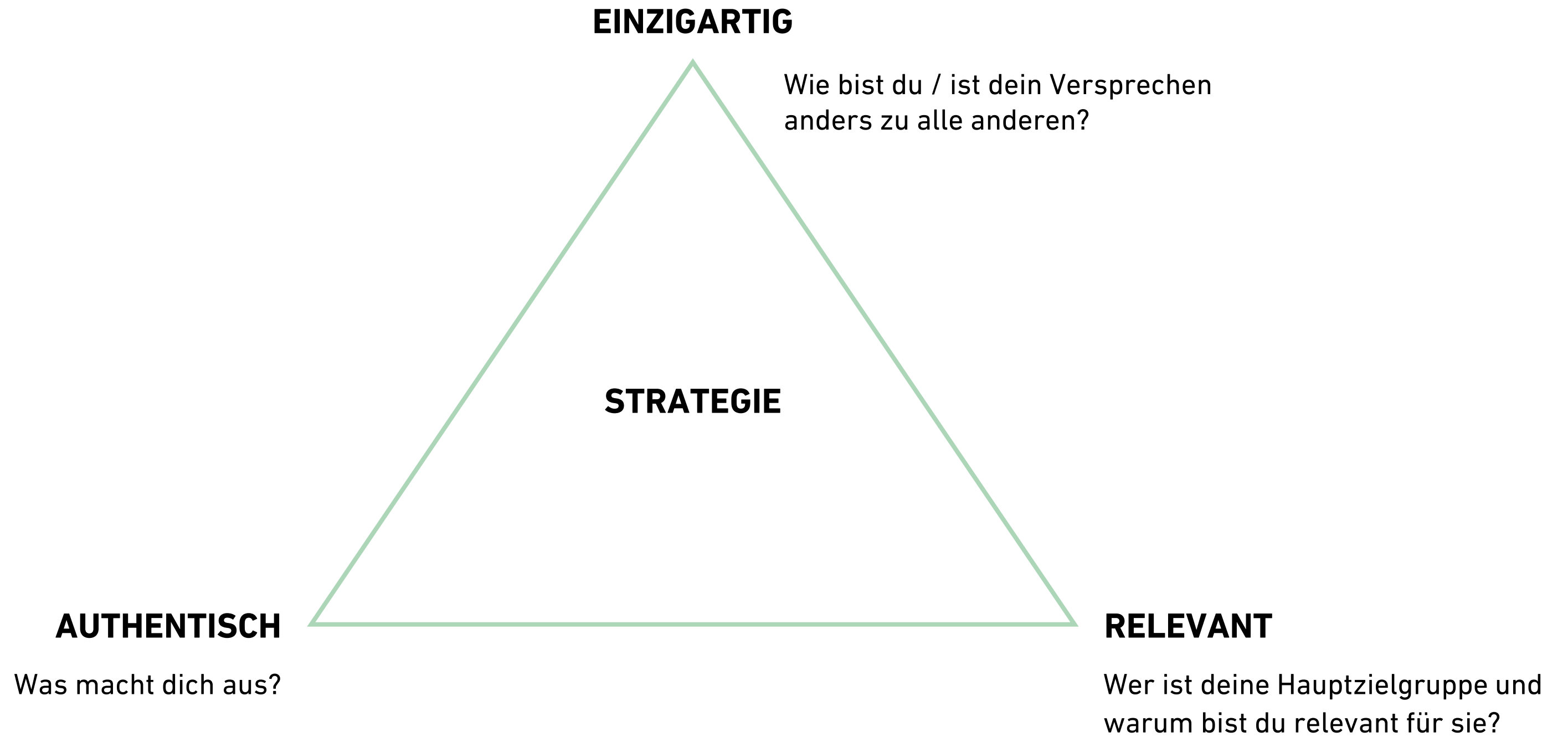
Kreativität für uns ist die Mischung aus...

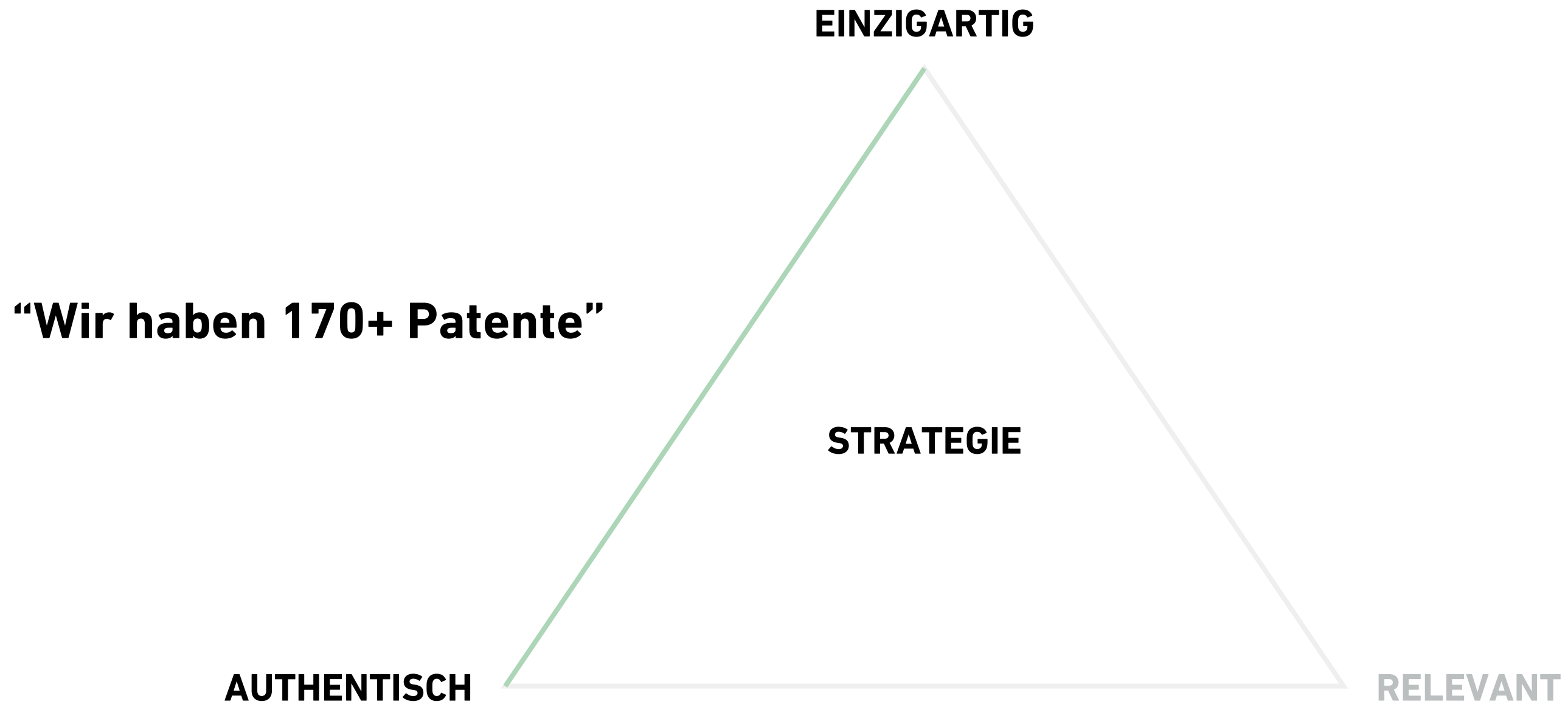


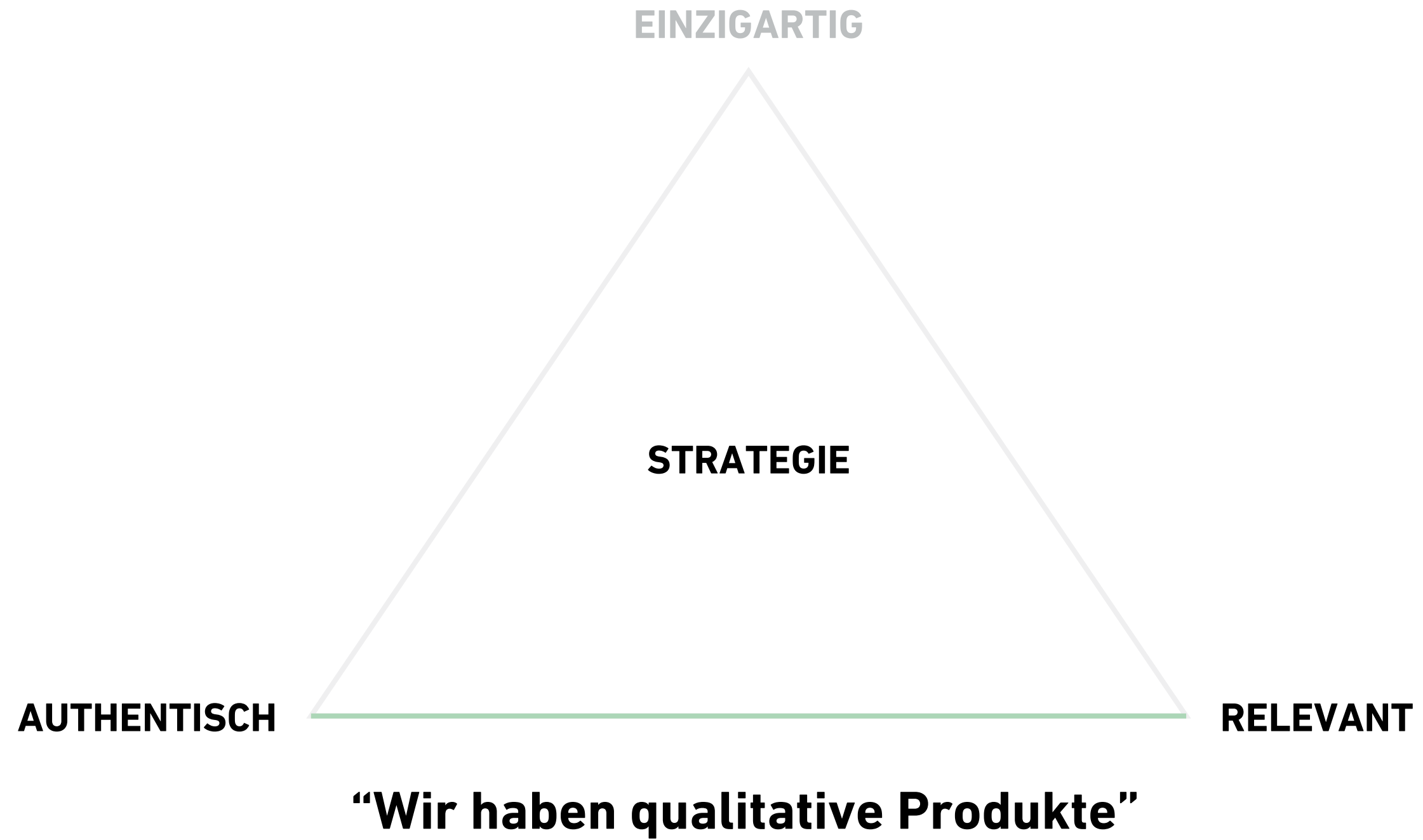
Der Sweetspot ist die Übersetzung dazwischen.

Strategie und Design können dein/e **stärken.**

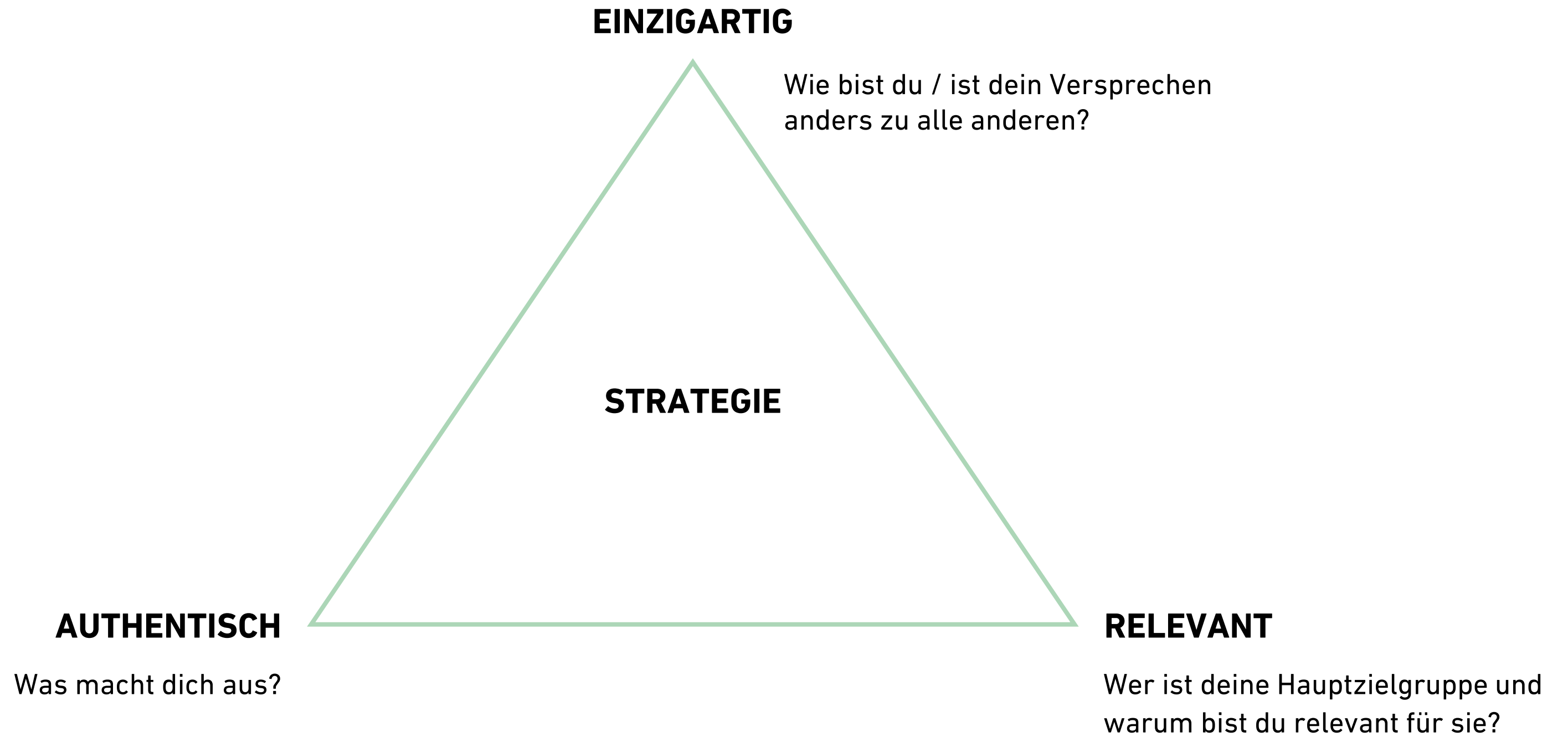
- › Firma
- › Marke
- › Start-Up
- › Produkt
- › App
- › Ziele
- › Idee











DER VITREA CASE

 VITREA

Wie kann **Strategie und Design**
eine **Transformation ermöglichen?**



health. care. vitality.

VAMED

VAMED

7777





Es ist dann auf meinem Schreibtisch gelandet...



VAMED
Care

**Neuer
Eigentümer**

**VAMED
Care**

**Neuer
Eigentümer**

**VAMED
Schweiz**

**VAMED
Care**

**VAMED
Deutschland**

**Neuer
Eigentümer**

**Schweizer
Kliniken**

**VAMED
Schweiz**

**VAMED
Care**

**VAMED
Deutschland**

**Deutsche
Kliniken**

**Österreich-
ische
Kliniken**

**Neuer
Eigen-
tümer**

KISKA.

**Schweizer
Kliniken**

**VAMED
Schweiz**

**VAMED
Care**

**VAMED
Deutschland**

**Deutsche
Kliniken**

**Österreich-
ische
Kliniken**

**Ambulante
Kliniken**

**Akut-
kliniken**

**Pflege-
heime**

**Stationäre
Kliniken**

Reha-Kliniken

**Geschäfts-
führung**

**Neuer
Eigen-
tümer**

Zuweiser

Schweizer
Kliniken

VAMED
Schweiz

**VAMED
Caro**

VAMED
Deutschland

Deutsche
Kliniken

**Patient-
:innen**

**Haus-
verwaltung**

Ambulante
Kliniken

Ärzt:innen

Verwaltung

Österreich-
ische
Kliniken

**Therapeut-
:innen**

Akut-
kliniken

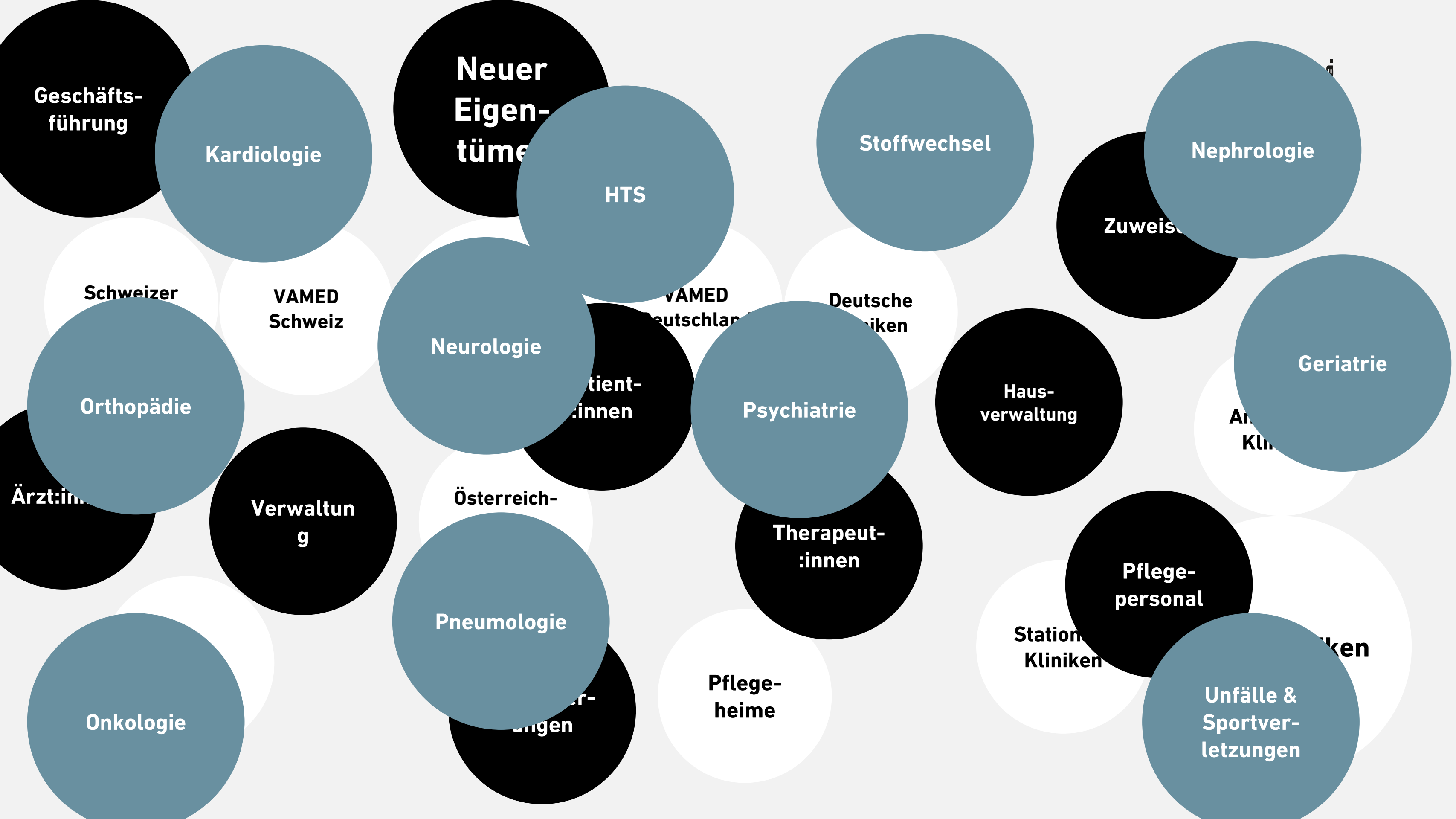
**Versicher-
ungen**

Pflege-
heime

Stationäre
Kliniken

**Pflege-
personal**

Reha-Kliniken



Geschäftsführung

Kardiologie

Neuer Eigentümer

HTS

Stoffwechsel

Nephrologie

Schweizer

VAMED Schweiz

VAMED Deutschland

VAMED Österreich

Orthopädie

Neurologie

Patient:innen

Psychiatrie

Hausverwaltung

Geriatrie

Ärzt:innen

Verwaltung

Österreicher

Therapeut:innen

Pneumologie

Pflegepersonal

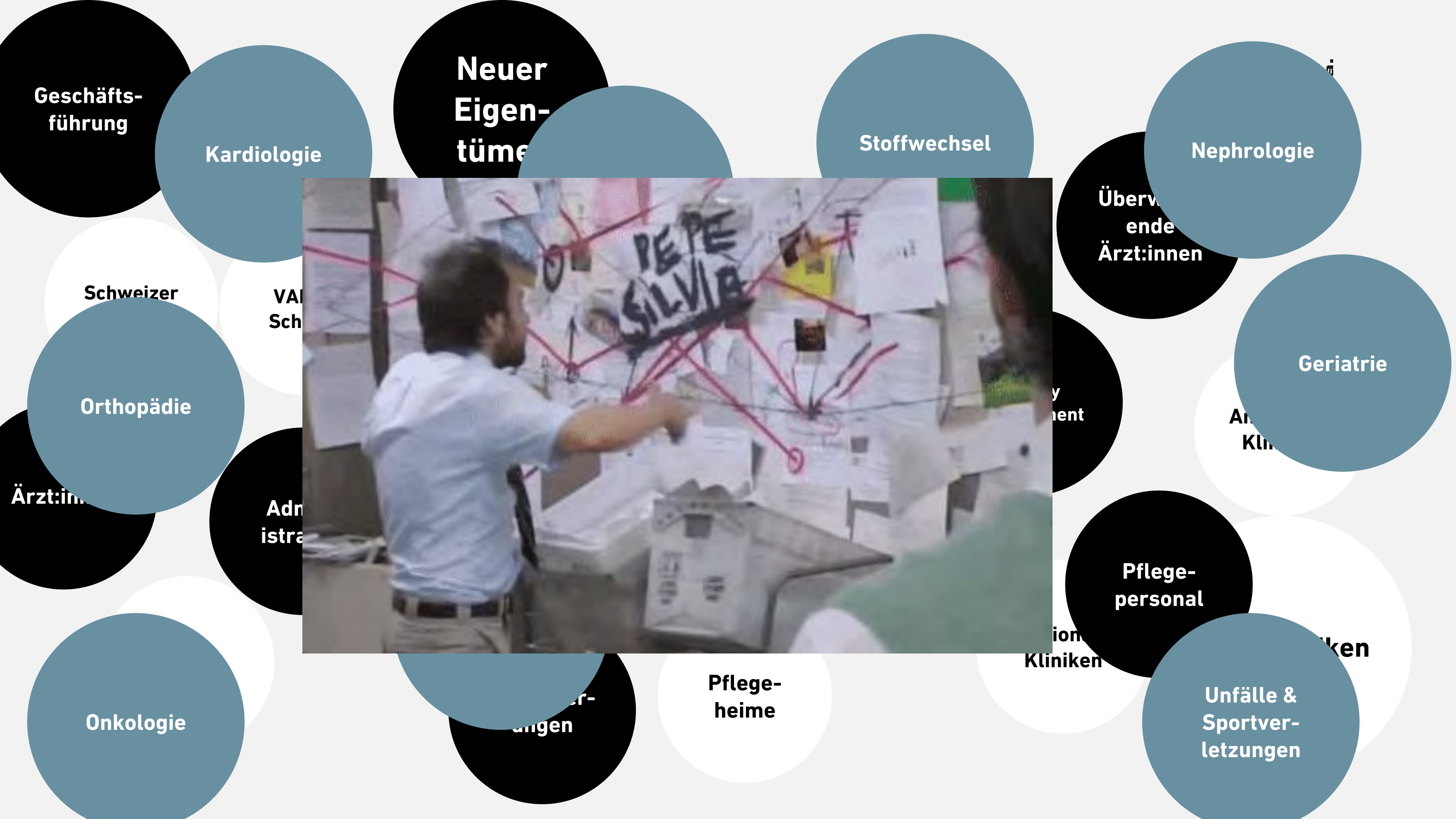
Onkologie

Pflegeheime

Stationäre Kliniken

Unfälle & Sportverletzungen

Ambulante Kliniken



**Ziel: Eine Markenidentität schaffen,
die alles verbindet und...**

**die...
authentisch,
relevant,
& einzigartig
ist.**



Wie macht man den ersten Schritt?

**Wer oder was hat den größten Einfluss
auf den Erfolg der Marke?**

VAMED-Rehabilitations-Mitarbeiter:innen

(in allen Bereichen, Kliniken, Ländern und Fachbereichen)

Patient:innen
brauchen echte
Erfolge

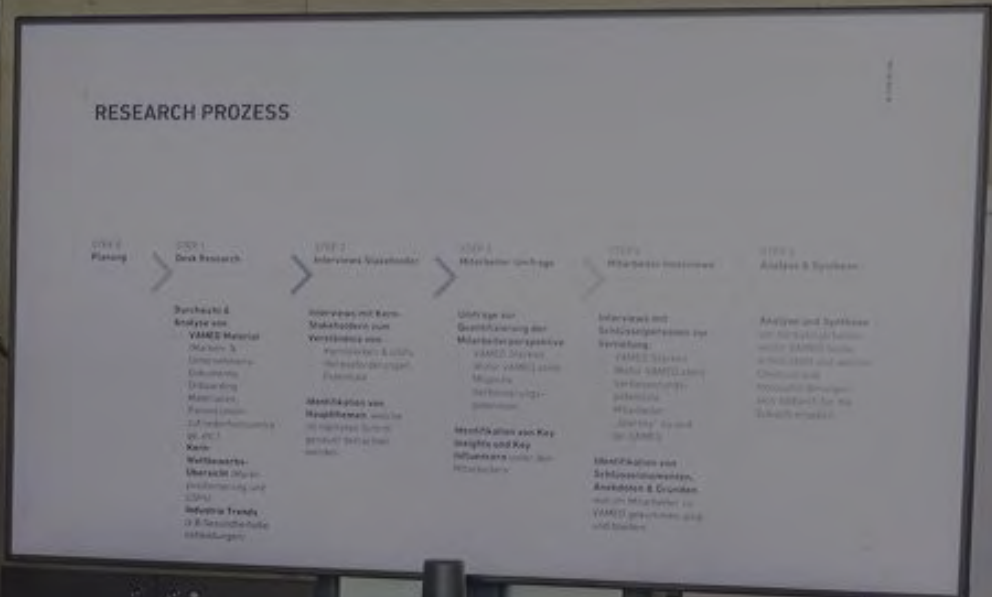
Eigentümer
brauchen Ergebnisse

Partner
brauchen
Verlässlichkeit

**Wie findet man das Herz dieser
Gesundheitsmarke?**

3

Gemeinsame Workshops mit Management- und Marketingteams



9

Einrichtungsbesuche

in Deutschland, Österreich und der Schweiz



Medizin

Pflege

Atmungstherapie

MFA/
AAP



Patient/in



Therapie

Reinigung/
Service



Angehörige



Sozialdienst



64

Einzelinterviews
mit VAMED, Einrichtungsleitung,
Mitarbeiter:innen und Patient:innen



2.956

Online-Umfrage-Teilnehmer:innen
Mitarbeiter:innen und Patient:innen

**Welche Schlüsselerkenntnisse
haben die Markenstrategie
geleitet?**

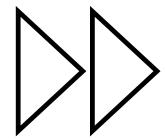
Erkenntnis 1:
**Gemeinsame Stärken der
Gruppe und der Kliniken.**



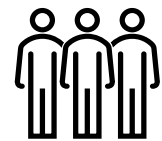
Zusammenarbeit



Qualität



Innovationskraft



Menschlichkeit

Erkenntnis 2:
**Die Wahrheit über
Rehabilitation.**

Die Wahrheit über Rehabilitation

Rehabilitation ist **nicht einfach** und auch **nicht entspannend**.

Es geht darum, **Menschen zu ermutigen**, ihre Ziele mit **Motivation** und **Selbstvertrauen** zu verfolgen und **nachhaltige Veränderungen zu erreichen**.

Erkenntnis 3: **Das Wettbewerbsumfeld.**



**Patient:in
im Fokus**

**Expertise im
Fokus**

Der Ermutiger



**Patient:in
im Fokus**

**Expertise im
Fokus**



**Die Strategie hat das
Kreativbriefing definiert**

Stärker als gestern.

Entwicklung

Patient:in / Mitarbeiter:in

Menschlichkeit

Qualität

Innovationskraft

Zusammenarbeit



Entwicklung

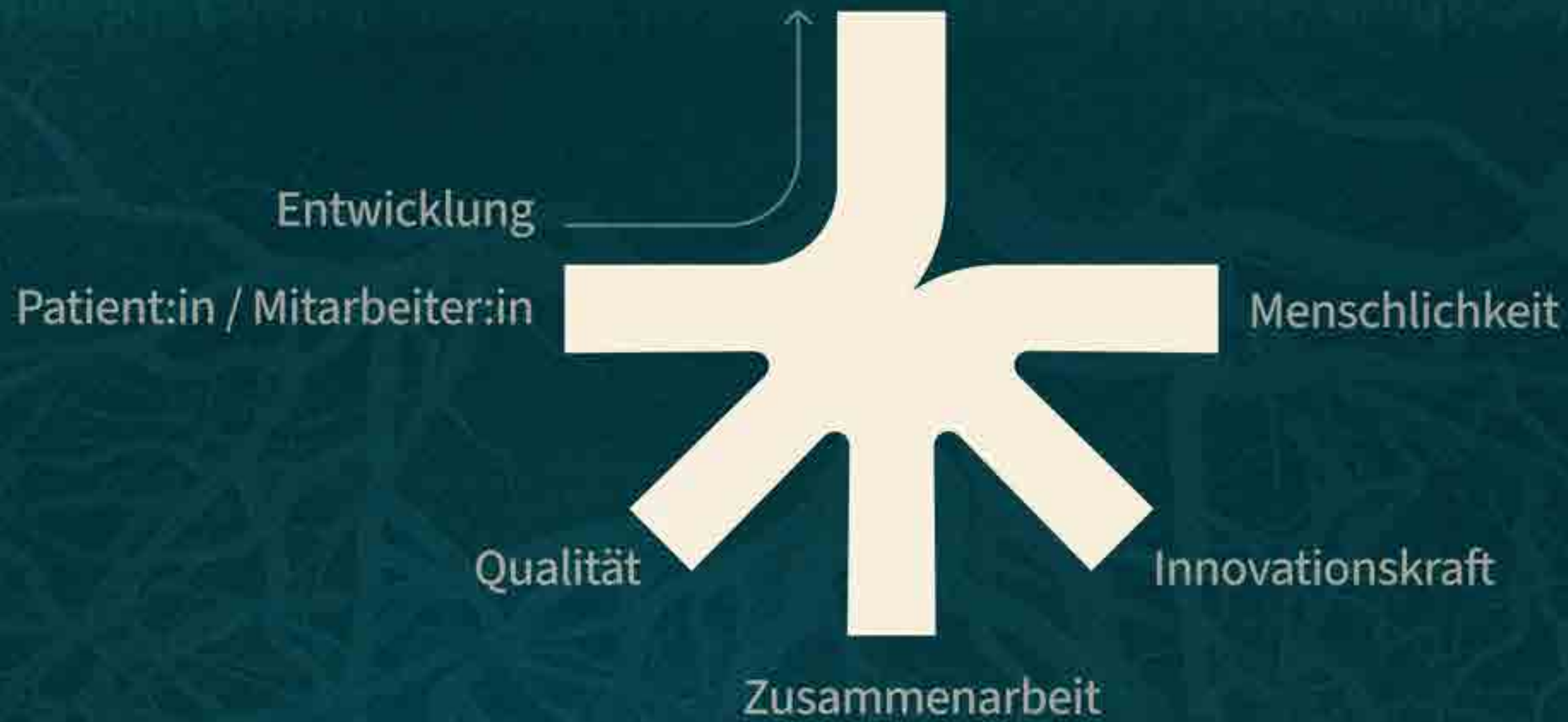
Patient:in / Mitarbeiter:in

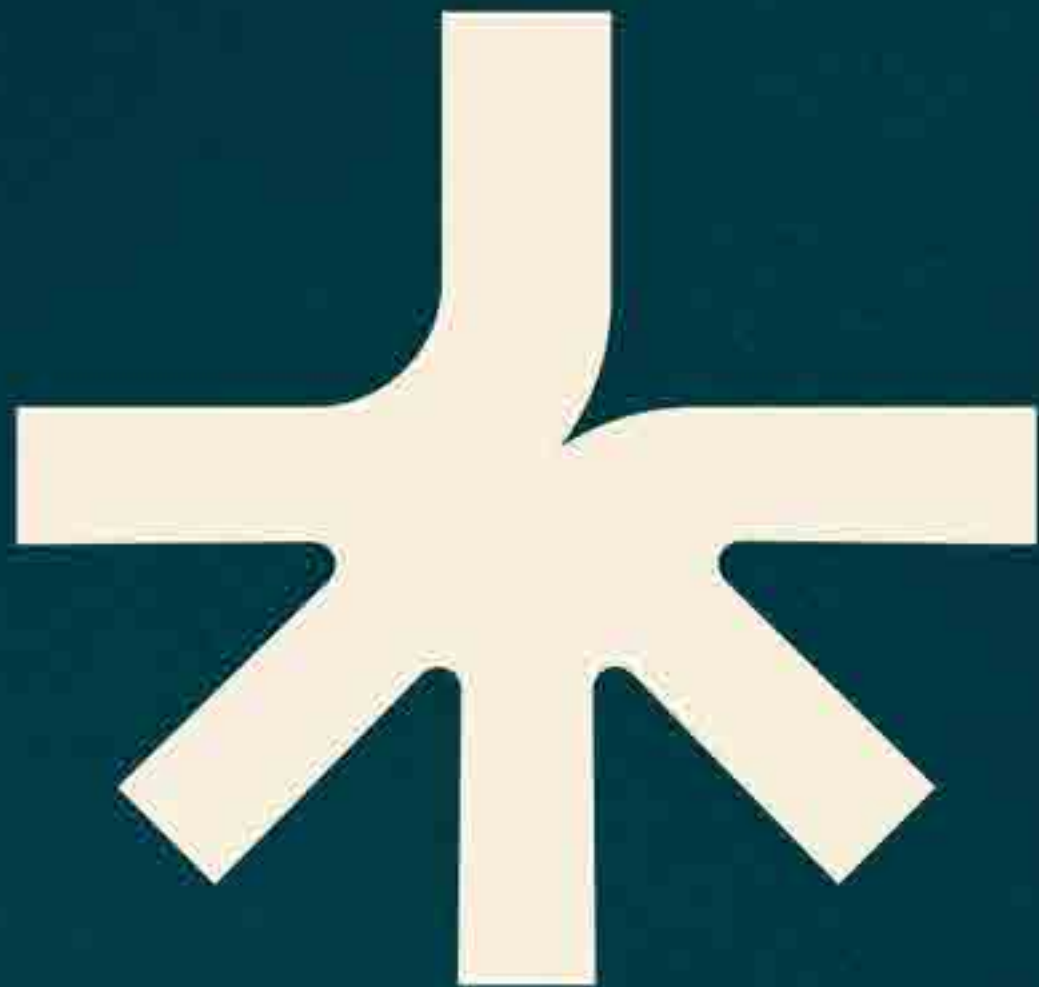
Menschlichkeit

Qualität

Innovationskraft

Zusammenarbeit







Stärker als gestern.

Herausforderung

Aktivierung

Zuversicht

Selbstfürsorge

Klarheit

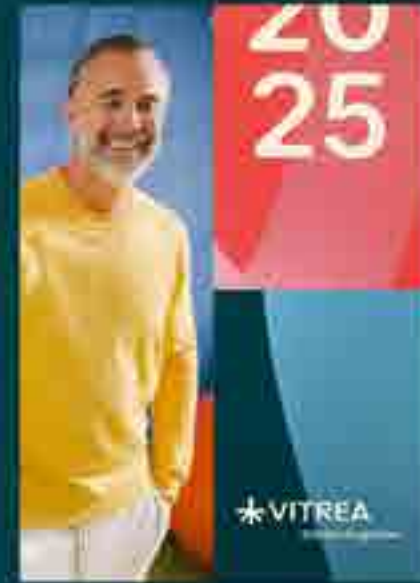
Stabilität

Aufblühen



 REHAKLINIK
KIPFENBERG
VITREA GRUPPE





VITREA
Stärker als gestern.





The launch is just the beginning



- Rollout
- Launch
- Activation
- Delivery
- Strategy
- Opportunity
- Research



KISKA.

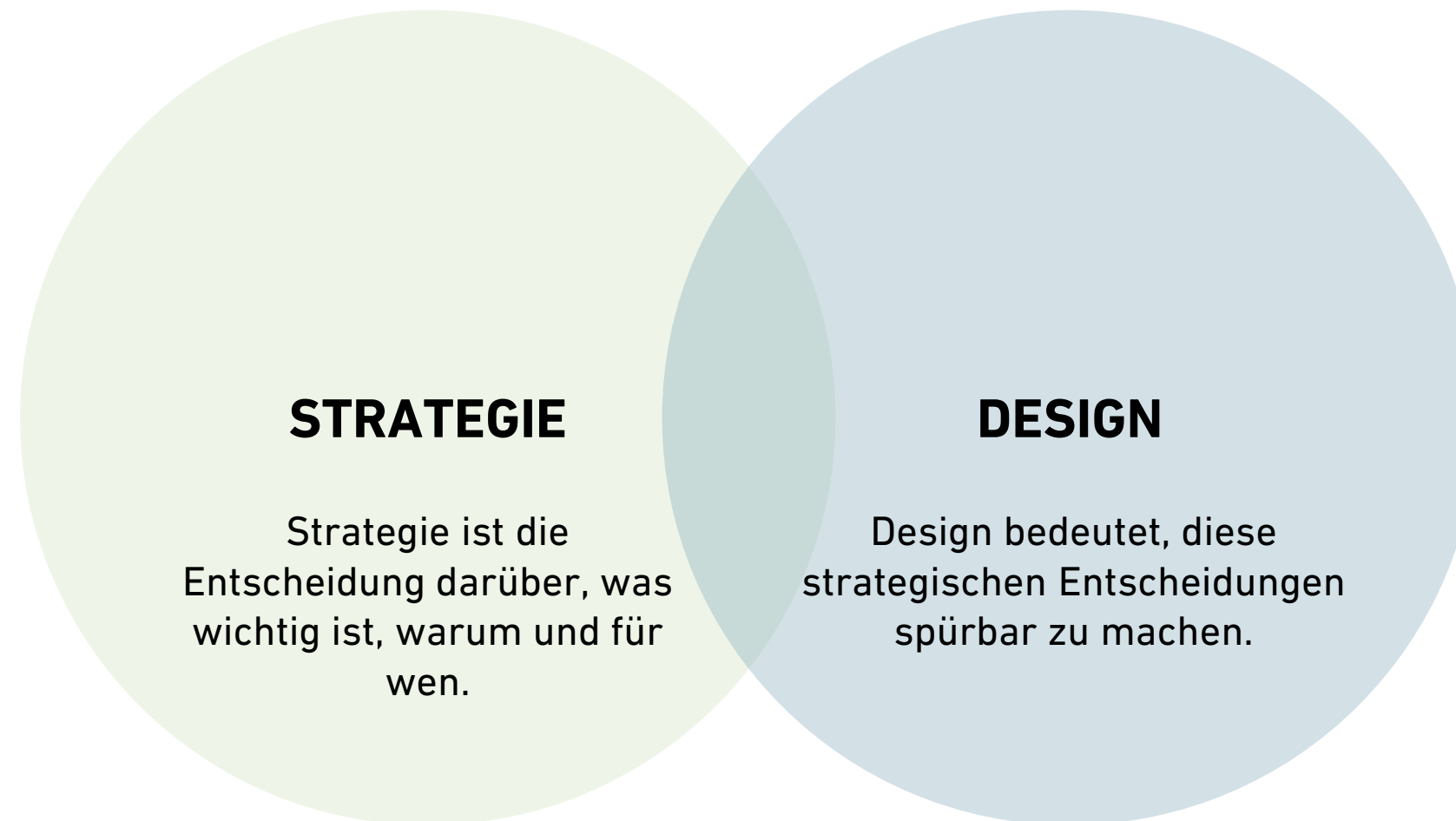
The logo for VITREA features a stylized white icon on the left, resembling a tree or a plant with a central vertical stem and several horizontal branches. To the right of this icon, the word "VITREA" is written in a bold, white, uppercase, sans-serif font.

VITREA

Stärker als gestern.

ZUSAMMENFASSUNG

Kreativität für uns ist die Mischung aus...

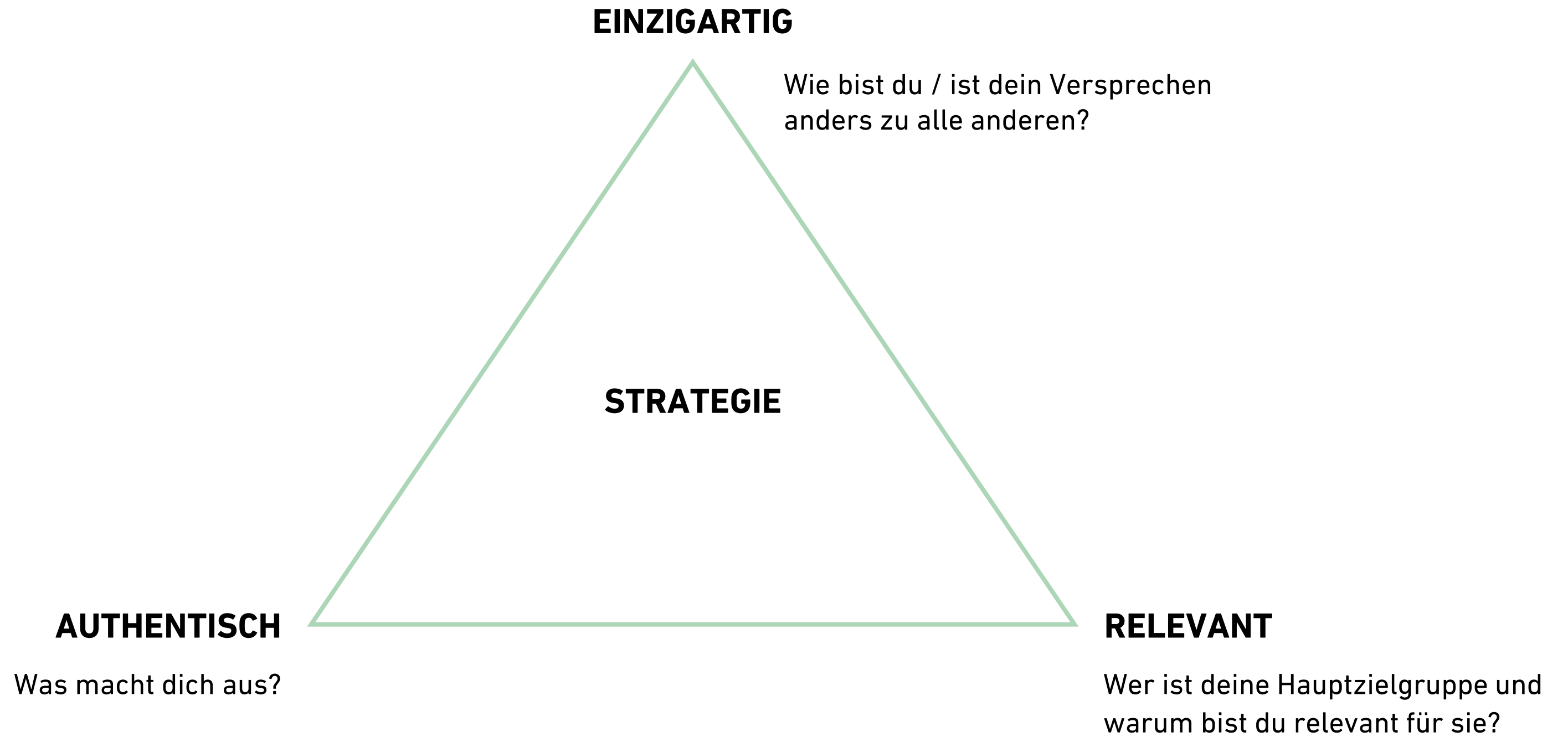


Kreativität

Strategie und Design können dein/e **zum Leben erwecken.**

- > **Firma**
- > **Marke**
- > **Start-Up**
- > **Produkt**
- > **App**
- > **Ziele**
- > **Idee**

Damit es jedoch wirklich Wirkung zeigt, musst du wissen, WAS du vermitteln willst (authentisch), AN WEN und WARUM (relevant) aber auch WARUM ES DICH DIFFERENZIIERT (einzigartig)!



Frage an die Runde:

**Wo würdet ihr Kreativität in eurem
Unternehmens-Alltag am liebsten einsetzen –
und was hält euch heute noch davon ab?**

Vielen Dank!