

**Zeitschrift:** Spitex Magazin : die Fachzeitschrift des Spitex Verbandes Schweiz  
**Herausgeber:** Spitex Verband Schweiz  
**Band:** - (2018)  
**Heft:** 5

## **Werbung**

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 24.02.2026

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

# Wir sind ganz bei Ihnen

Im Rahmen der Strategieüberprüfung ist ein wichtiger Bestandteil der Handlungsfelder, dass die Marke Topwell sichtbar wird. Was zeichnet Topwell aus und wie macht sich Topwell nach aussen sichtbar? Mit diesen und weiteren Fragen hat sich ein eigens zusammengestelltes Projekt-Team engagiert auseinandergesetzt. Das Ergebnis dieses Prozesses ist die neu definierte Positionierung mit der Weiterentwicklung der Marke und neuem Branding. Im nachfolgenden Interview nehmen ein paar Geschäftsleitungsmitglieder und die Marketingleiterin zu den wichtigsten Fragen Stellung.

(Rinaldo Just,

Bereichsleiter Marketing & Verkauf)

## Herr Just, was sind die Gründe und Ziele für das neue Branding?

Die Weiterentwicklung der Marke Topwell ist ein wichtiger Schritt. Er zeigt, dass wir uns als Firma kontinuierlich weiterentwickeln und im dynamischen Apothekenumfeld langfristig unsere Position stärken wollen.

## Herr Just, was ändert sich und was bedeutet das neue Branding für Topwell als Firma und für die Mitarbeitenden?

Das neue Branding zeigt, für was wir stehen und wie wir als Firma von unseren Kunden und Anspruchsgruppen wahrgenommen werden wollen. Es definiert glaubwürdige Werte und ein einheitliches Leistungsversprechen an unsere Mitarbeitenden und Kunden.

## Herr Just, was war Ihnen wichtig bei der Weiterentwicklung der Marke?

Zunächst muss eine starke Marke relevant sein für die wichtigsten Zielgruppen. In unserem Fall sind das unsere Kunden, Mitarbeitenden und Partner. Darüber hinaus muss sowohl die Positionierung als auch das visuelle Erscheinungsbild eigenständig und wiedererkennbar sein. Unsere Positionierung ist glaubwürdig, wenn sie auf unseren Stärken basiert. Wir wollen einen guten Schritt nach vorne machen und die Marke frischer, moderner und wertiger erscheinen lassen.

## Herr Just, was sehen Sie als grösste Stärke in der neu definierten Positionierung?

Topwell steht für «kompromisslos gut». Das ist unser Kern. Wir machen keine Abstriche bei der Qualität und haben den Anspruch, den hohen Erwartungen unserer Kunden jederzeit gerecht zu werden. Durch unsere Erfahrung und unser Wissen handeln wir entschlossen, souverän und sympathisch.

Wir sind ein Partner auf Augenhöhe, auch

für Spitex-Organisationen. Daher ist «kompromisslos gut» auch der richtige Anspruch, nah bei unserer Zielgruppe, klar, reduziert und bestimmt. «Kompromisslos gut» ist unsere interne Markenbotschaft und unser Claim «Ganz bei Ihnen.»

«Bei unseren Kunden kommt der neue Auftritt und Ladenbau sehr gut an. Gewisse Besucher halten kurz staunend inne.»

Beatrice Zwicky,  
Geschäftsführerin Zuchwil

(Markus Wetter, Bereichsleiter HRM)

## Herr Wetter, was bedeutet das für die Rolle von Topwell?

Die Marke muss von allen Mitarbeitenden nach aussen getragen werden. Wir bauen die externe Sichtbarkeit kontinuierlich auf. Bis Ende Jahr werden alle Massnahmen im neuen Kleid erscheinen. Die Bekanntheit der Marke werden wir mit neuen Werbemassnahmen stärken.

(Nadia Gamper, Marketingleiterin)

## Frau Gamper, wie beschreiben sie die visuelle Identität von Topwell?

Ein wichtiger Teil eines guten Brandings ist ein konsistentes, stimmiges Erscheinungsbild der Marke. Dazu gehören Logo, Bildwelt, Farbewelt und Schrift. Beim Logo haben wir



Topwell Apotheke Zuchwil nach Umbau.

uns für das Apothekenkreuz entschieden. Das ist gelernt und vermittelt Sicherheit und Vertrauen. Wir haben es aber auf moderne Art interpretiert und so ausgestaltet, dass wir unser eigenes, geschwungenes Topwell Kreuz haben.

## Frau Gamper, was heissen die neuen Werte für Spitex-Organisationen?

Als Ihr regionaler Partner kümmern wir uns um Ihre Therapiesicherheit, Qualitätssicherung, Wirtschaftlichkeitsoptimierung und Effizienzsteigerung bei Spitex-Organisationen. Wir bieten Medikamenten- und Verbrauchsmaterialmanagement auf der Produkte- und Logistikebene: Kontrolliert, konfektioniert und fristgerecht in die Spitex geliefert.

**TOPWELL**   
**APOTHEKEN**  
**Ganz bei Ihnen.**

**Topwell Apotheken AG**

Lagerhausstrasse 11

8400 Winterthur

T 052 268 80 80

[www.topwell.ch](http://www.topwell.ch)