



Florian Bernsdorf (Mitte) vom Sieger Serviceplan Health & Life, umringt von Vertretern der konkurrierenden Agenturen

## Awards

# Recosyn-Kampagne ausgezeichnet

Beim erstmals vergebenen ‚Inspirato Pharma Marketing Award‘ wird die Kampagne für das Recordati-Präparat Recosyn zum Sieger gekürt. Als Agentur steht hinter der Kampagne Serviceplan Health & Life, München.

Am 25. und 26. Juni 2013 ging in Frankfurt erstmals die Veranstaltung ‚Pharma Marketing‘ über die Bühne. Die von Inspirato, Bad Homburg (Geschäftsfeld von Sempora Consulting), durchgeführte Konferenz nahm den OTC-Markt unter die Lupe. Referenten und Themen behandelten aber nicht nur OTC-Arzneimittel, sondern auch Marken, Produkte und Kommunikationskonzepte aus der Konsumgüterbranche. So referierte beispielsweise Stefan Müller, Marketing Director des Saftherstellers Eckes-Graini, über das Markenverständnis seines Hauses, und Johannes H. Mauss, Leiter Gesamtmarketing, Rotbäckchen / Haus Rabenhorst, erläuterte den Relaunch der Marke Rotbäckchen. Auf der Veranstaltung wurden Awards in den Kategorien Unternehmen, Marke und Neueinführung vergeben. Als Medienpartner der Konferenz stellten wir in unserer Ausgabe 7/2013 die Gewinner Bionorica, Ca-

nesten und Lactostop vor und berichteten über deren Aktivitäten. Noch nicht präsentiert haben wir den Gewinner der ‚OTC-Kampagne des Jahres‘. Sieger ist die Kampagne von Serviceplan Health & Life für das Präparat Recosyn des Herstellers Recordati Pharma, Ulm. Durchgesetzt hat sich die Arbeit der Münchener Agentur gegen folgende Mitbewerber: nitschmahler (Kampagne Wobenzym plus für Mucos Pharma); Schitto Schmodde Werbung (Kampagne Floradix mit Eisen für Salus); cyperfection (Kampagne ‚Am I ready to pump?‘ für Roche Diabetes Care); Sonnenberg & Holsmölle (Kampagne Loceryl Nagellack für Galderma Laboratorium). Agenturvertreter der fünf nominierten Kampagnen hatten auf der Veranstaltung die Möglichkeit, ihre Kampagne dem Publikum in jeweils fünf Minuten vorzustellen. Nach der Präsentation aller Kampagnen applaudierte die Zuhörerschaft – die

Kampagne mit der höchsten gemessenen Dezibelzahl war der Gewinner.

## „Ausgefallenes Keyvisual“

Laut Serviceplan Health & Life ist es das Ziel des Recosyn-Auftritts, das Präparat als First Choice-Treatment in einem hart umkämpften Arthrosemarkt zu differenzieren und zu etablieren. Zur Verwendungszielgruppe gehören Sportler, Arthrosepatienten und diejenigen Personen, die im Alltag Gelenkschmerzen haben. Ebenso werden Fachärzte angesprochen. Herzstück der Kampagne ist laut Agenturgeschäftsführer Florian Bernsdorf eine „ausgefallene Keyvisual-Idee in direkter Verbindung mit der Mehrwertbotschaft ‚Ihr Plus in der Arthrotherapie‘“. Die Umsetzung sei intelligent und plakativ, indem zwei Turner in einem akrobatischen Akt ein Plus nachstellen – mit

Hilfe ihrer Körper. „Die Idee trägt dem Motto bis in die Tiefe Rechnung. Denn ein Plus in der Arthrosetherapie bedeutet ein Plus an Beweglichkeit. Und die beweisen die Turner sehr einprägsam mit ihrem Kunststück, fast schon Knie-Gelenk anmutend“, sagt Bernsdorf. Das Keyvisual durchzieht die Kampagne mit Anzeigen, Roll-ups, Salesfoldern und Patienten-Informationsmaterialien. Marketingverantwortlicher bei Recordati Pharma ist Dr. Volker Kessler, Head of Business Unit Orthopaedics. Recosyn (auf Basis von Hyaluronsäure) ist ein Medizinprodukt, das Gelenkschmerzen reduziert und wieder mehr Beweglichkeit im Alltag und beim Sport ermöglichen soll. Hyaluronsäure ist eine natürliche Substanz, die in Organen des Körpers physiologische Aufgaben erfüllt. In den Gelenken verleiht die Säure der Gelenkflüssigkeit ihre viskose Konsistenz und sorgt damit für eine gute Gleitfähigkeit. Bei Knorpelabnutzung einer Arthrose wird die Gelenkschmiere „verunreinigt und verbraucht“. Die ins Gelenk injizierte Hyaluronsäure sorgt für eine neue

„Schmierung“ des Gelenks, vergleichbar einem Ölwechsel beim Auto.

### Ausblick für 2014

Tobias Brodtkorb, geschäftsführender Gesellschafter bei Sempora Consulting, zieht eine Bilanz der Premierenveranstaltung: „Schon jetzt steht fest, dass wir 2014 wieder die Besten im OTC-Markt auszeichnen werden. In Kombination mit dem Branchentreff Pharma Marketing möchten wir den Award als eine feste Institution im Kalender der Pharmabranche etablieren.“

Zusätzlich habe sich gezeigt, dass ein Blick über den Tellerrand in andere Märkte und Branchen von allen Teilnehmern sehr positiv gesehen wurde. Dies wird 2014 ausgebaut, ohne die klassischen Marketingthemen der OTC-Branche zu vernachlässigen. „Marketing entwickelt sich kontinuierlich weiter. Deshalb werden auch wir bei Inspirato unsere Veranstaltungen stets an den Bedürfnissen unserer Zielgruppe sowie



Prämierte Kampagne für Recordati-Präparat

neuesten Trends ausrichten, damit ein substanzieller Mehrwert für unsere Konferenzteilnehmer gewährleistet ist“, sagt Franziska Thiele, Geschäftsbereichsleiterin von inspirato Konferenzen.

Reiner Kepler



# HERZLICHEN GLÜCKWUNSCH ALLEN AWARD-GEWINNERN!

OTC-UNTERNEHMEN DES JAHRES  
**BIONORICA AG**

OTC-NEUEINFÜHRUNG DES JAHRES  
**LACTOSTOP**  
(NATURWOHL)

OTC-MARKE DES JAHRES  
**CANESTEN**  
(BAYER)

OTC-KAMPAGNE DES JAHRES  
**RECO SYN**  
VON SERVICEPLAN HEALTH & LIFE GMBH & CO. KG  
FÜR RECORDATI PHARMA



Dietmar Dahmen's mitreißende Keynote



Die fünf Nominierten für die „Kampagne des Jahres“



Die strahlenden Gewinner und Laudatoren

Die begehrten Awards



MEHR IMPRESSIONEN UND INFORMATIONEN UNTER:

