

DtC-Communication

Lesezirkel und Tageszeitungen scoren beim Pharmacia-Test

Es gibt eine Reihe von Gesundheitsproblemen, die nicht behandelt werden, weil sie von den Betroffenen nicht erkannt oder falsch eingeschätzt werden. Dazu zählt unter anderem auch das Thema instabile Blase. Allein in Deutschland gibt es etwa sechs Millionen Menschen, die aufgrund einer instabilen Blase übermäßig häufig zur Toilette müssen. Dadurch wird nicht nur die Nachtruhe gestört, sondern auch Meetings, Theater-Besuche oder längere Autofahrten werden für die Betroffenen zur Tortur.

Viele der Betroffenen wissen gar nicht, dass die instabile Blase eine behandelbare Krankheit ist und sprechen daher ihren Arzt nicht auf das Thema an. Da der Arzt von sich aus die Krankheit ebenfalls nicht erkennen kann, leiden die Betroffenen folglich weiter. An diesem Punkt setzt die Pharmacia GmbH aus Erlangen, die ein sehr wirksames Präparat als Blasenverstärker anbietet, mit ihrer direkten Verbraucher-Ansprache an. Da es sich um ein verschreibungspflichtiges Medikament handelt, ist eine produktbezogene Kommunikation mit dem Verbraucher nicht erlaubt.

Die Pharmacia GmbH stellte daher in den Anzeigen Motive mit Problem-Situationen in den Vordergrund, in denen sich potenzielle Patienten wiedererkennen. In der Copy wird das Thema Blasenschwäche unmissverständlich angesprochen und ein klares Signal für das Gespräch mit dem Arzt gesetzt. Laut Berthold Lander, dem zuständigen Produktgruppenleiter, hat die Pharmacia GmbH im vergangenen Jahr die direkte Kommunikation mit Verbraucher in Nielsen 4 getestet. In der ersten Welle kamen Anzeigen in Zeitschriften zum Einsatz und in der zweiten Welle wurden Tageszeitungen gebucht. Parallel lief die Kampagne auch noch im Lesezirkel, da hier die Familie als Zielgruppe fungiert. Die Rückläufe über die Zeitschriften-Anzeigen waren ausgesprochen mager, doch die Tageszeitungen und der Lesezirkel produzierten ausgesprochen hohe Rücklauf-Quoten.

Eine DtC-Ansprache bedarf laut Lander einer intensiven Vorbereitung, denn in aller Regel muss auch der Arzt bereits im Vorfeld einbezogen werden. Das gilt

Brigitte Lesezirkel
Auch für Sie *privat* zu Hause.

Nacht für Nacht. Ein Albtraum.

Mehr als in der Nacht muss dem Herr auf die Toilette. Und das jede Nacht. Häufiger starker Blasenrang, unkontrolliert das Symptom der instabilen Blase. Dabei handelt es sich nicht um ein Problem, das man ignorieren muss, sondern um eine Krankheit, die für Arzt sehr gut behandelbar kann: mit dem **Blasenverstärker**, der gut verträglich ist und die Funktion der Blase unterstützt.

Betroffen? Mehr Klarheit durch den Test!

Wohin Sie häufiger, kann entscheidende Hinweise geben?

Wohin Sie bei Handlung unkontrollierbar sind?

Müssen Sie häufiger als 4-6 mal täglich Wasser lassen?

Müssen Sie auch nachts häufiger zur Toilette?

Wenn Sie eine oder mehrere der folgenden Fragen mit "ja" beantworten, könnten auch Sie betroffen sein.

**Niemand muss immer müssen.
Sprechen Sie mit Ihrem Arzt.**

Info unter: www.blasen-boost.de
Kundenservice-Hotline: 09 50 50 20 20 0
unterstützt von: www.blasen-boost.de

PHARMACIA
Pharmacia GmbH • D-91 054 Erlangen
Kundenservice 09 50 50 20 20

Anbieterkennzeichens von Informationsanbieter siehe nächste Seite!

Die Agentur Becker + Stahl fädelt die erfolgreiche Präsenz der Pharmacia-Kampagne beim Lesezirkel ein.

umso mehr, als er bei der Pharmacia-Kampagne sogar als direkter Ansprechpartner für den Verbraucher genannt wird. So wurden die Ärzte im Bereich Nielsen 4 frühzeitig informiert, dass das Unternehmen den Verbraucher mit dem Thema Blasenschwäche konfrontieren wird. Die Ärzte haben diese Vorgehensweise nicht nur begrüßt, sondern auch als vorbildlich gelobt, da auf diese Art und Weise ein bislang nicht erkanntes Gesundheitsproblem ins Bewusstsein gerückt wird.

Becker + Stahl GmbH
Tel.: 068 93- 80 09 10
www.lzw.de

Autor: Peter Strahlendorf