

PRESSEMITTEILUNG

DesignAir Communications kann ab sofort nachts besser schlafen

Berlin, 19.04.2010 – Die Berliner Agentur DesignAir Communications hat die neue Werbekampagne für das Schlafmittel „Vivinox Night“ von Bausch + Lomb/Dr. Mann Pharma, Berlin kreiert. Mit dem Keyvisual „Nachteule“ und dem Slogan „Für alle, die nachts lieber schlafen wollen“ setzten sie sich im Pitch und in der anschließenden Marktforschung klar gegen zwei weitere Agenturen durch. Entstanden ist im ersten Step ein 20 sekündiger TV-Spot, der komplett in 3D von der Animationsfabrik Hamburg animiert wurde. Der erste TV-Flight startete Anfang April und läuft bis Ende Mai auf ARD, ZDF, SAT1 und RTL.

Auch ein Mailing für Berliner Endkunden sowie POS-Material für die Apotheken haben die Berliner Werber umgesetzt. Mit der Kampagne soll die Marke „Vivinox“ in den beiden Zielgruppen B2C und B2B sympathisch aufgeladen werden, die Bekanntheit gesteigert und die Kauf- bzw. Empfehlungsbereitschaft gesteigert werden.

„Für Pharmaunternehmen ist eine klare Produkt-Positionierung der Schlüssel zum Markterfolg.“, so der Berater Torsten Sørensen von DesignAir Communications. „Das hohe Identifikationspotenzial unserer Nachteulen stärkt die emotionale Bindung an die Marke Vivinox.“, ergänzt für die Kreation verantwortliche André Kura von DesignAir Communications.

Hintergrundinformationen

Durch die starken Veränderungen im Gesundheitsmarkt gewinnt kunden- und damit nutzenorientierte Kommunikation für OTC deutlich an Bedeutung. Torsten Sørensen von DesignAir

PRESSEMITTEILUNG

DesignAir Communications kann ab sofort nachts besser schlafen

Communications: „Die Gesundheitsreform bedeutet, dass die Verantwortung für die eigene Gesundheit mehr und mehr in die Hände jedes Einzelnen gelegt wird. Für die Pharmaunternehmen sind eine klare Positionierung und Kundenorientierung der Schlüssel zum Erfolg. Wer ein klares Nutzenversprechen gegenüber seinen Zielgruppen abgibt, hat die Nase vorne. Hierin unterscheidet sich der OTC-Markt übrigens immer weniger von der Konsumgüterindustrie, denn die Apotheke tritt auch immer mehr in den Wettbewerb mit Discountern, Drogerien, Verbrauchermärkten und dem Lebensmittelhandel – dem sogenannten Massenmarkt.“ „Auf der Basis des Nutzenversprechens ist eine ungewöhnliche, aber dennoch klare Idee und Bildsprache mitentscheidend für den Wettbewerbsvorteil.“ führt André Kura von DesignAir Communications, weiter aus. „Erst die richtige kreative Idee – im Fall Vivinox ist das unsere Nachteule – erreicht und stärkt die emotionale Bindung der Zielgruppe an die Marke Vivinox.“

Über 20 % der Deutschen haben Einschlafprobleme oder schlafen schlecht. Für diese Zielgruppe bietet Bausch + Lomb/Dr. Mann Pharma „Vivinox Night“. Das pflanzliche Einschlafmittel mit Baldrian und Hopfen ist ein frei verkäufliches Arzneimittel (OTC) und nur in der Apotheke erhältlich.

Agentur: DesignAir Communications, Berlin

Kreation: André Kura, Daniel Henning

Beratung/Text: Torsten Sørensen

Art Direction: André Kura

Storyboard: Jan Siggel, Berlin

Characterdesign, 3D-Animation: Animationsfabrik Hamburg

PRESSEMITTEILUNG

DesignAir Communications kann ab sofort nachts besser schlafen

HD-Version zum Download unter: www.designair.org/vivinox

Screenshot:

