
P R E S S E M I T T E I L U N G

Es ist „Ärzte Zeit“

Schmittgall kreiert neue Image-Kampagne für die Ärzte Zeitung

Stuttgart, 06.07.2007 – Die Leitidee „Ärzte Zeit“ ist Kern der neuen Imagekampagne von der Schmittgall Werbeagentur für die Ärzte Zeitung. Aufgabenstellung war die Konzeption einer entsprechenden Print-Kampagne zur Forcierung der Bedeutung der einzigen täglich erscheinenden Zeitung für Ärzte. Die Ärzte Zeitung gehört zu den in Fachkreisen meist gelesenen und etabliertesten Medien.

Die Headline „Ärzte Zeit“ soll in den verschiedenen und zeitlich abfolgenden Anzeigenmotiven die große Relevanz des Tagesmediums für den Alltag des „am Puls der Zeit“ agierenden Arztes verdeutlichen. Sie spiegelt den Anspruch der Ärzte Zeitung wider, ihre Leser unabhängig über die aktuellsten Ereignisse und deren Bedeutung für die ärztliche Praxis zu informieren.

Gleichzeitig propagiert „Ärzte Zeit“ eine neue Zeitrechnung, in der die Bedeutung der Ärzte als zentrale Personen für die Gesundheitsversorgung wieder stärker hervorgehoben werden. Das Wort „Zeit“ steckt aber auch in dem Begriff „Zeitung“ drin, und einen Teil der Lebenszeit braucht jeder Arzt, um seine Ärzte Zeitung zu lesen. So bietet dieses Wort „Zeit“ Spielraum für viele Interpretation, über die es sich lohnt, nachzudenken.

Als Eyecatcher der doppelseitigen Anzeigenkampagne hat Schmittgall neben den abgebildeten Ärztinnen und Ärzten in Freizeitbekleidung die Ä-Punkte des Zeitungs-Logos über den Köpfen der abgebildeten Personen gewählt. Sie fungieren als Verbildlichung des geballten Wissens aus der Ärzte Zeitung.

„Wir wollten den Arzt als Mensch mit seinem Beruf, seinen Interessen und seinem Alltag in den Mittelpunkt stellen. Dieses deckt sich mit dem ureigenen Verständnis und den Inhalten der Ärzte Zeitung“, so Bernd Schmittgall, Inhaber der Stuttgarter Werbeagentur. Der Claim „Straight to the point“ konturiert dabei die klaren, prägnanten und praxisrelevanten Informationen, die die Redaktion Tag für Tag ihren Lesern in Print- und Online-Form aufbereitet und bietet. Als einzige Tageszeitung für Ärzte zählt das Medium seit einem Viertel Jahrhundert zu den führenden Ärzte-Titeln in Deutschland. Lothar Kuntz, Geschäftsführer der Ärzte Zeitung, freut sich über die gelungene Umsetzung des Briefings: „Die Kampagne ist sehr einprägsam, persönlich ansprechend und bietet mit der Headline auf Anhieb eine schnelle Assoziation mit unserem Titel.“

Die Image-Kampagne ist soeben gestartet und wird vorrangig in den Medien des Springer Medizin Verlags geschaltet.

Das Motiv



DIE VERANTWORTLICHKEITEN für die Kampagne

Bei der Ärzte Zeitung resp. dem Verlag:
Marketing: Dr. Georg Ralle, Lothar Kuntz

Bei Schmittgall:
Beratung: Winfried Krenz, Angelo Bauso
Kreation: Bernd Schmittgall, Daniela Svetec

Das Anzeigenmotiv zum Abdruck erhalten Sie gerne auf Anfrage.

PRESSEKONTAKT Schmittgall-Gruppe:

newswerk – Agentur für Public Relations
Markus Hardenbicker
Albstraße 14
70597 Stuttgart
Telefon: +49 711.606039
Telefax: +49 711.6409168
markus.hardenbicker@newswerk.de