

**Extra Fruchtig - Extra Stark**  
**Der Endverbraucher Auftritt für Magnesium-Diasporal 400 EXTRA**

**Stuttgart, Mai 2010.** Die Protina GmbH, Ismaning vertraut nach der Einführung des neuen Magnesium Diasporal 400 EXTRA Trinkgranulates mit Orangengeschmack auch bei der Endverbraucherkommunikation auf die Marken- und OTC Expertise von Schmittgall. Nach der Neueinführung im letzten Jahr, dessen Launch von der Agentur mit Packungsgestaltung, Apothekenpromotions, Apothekenausstattungen und Fachwerbung begleitet wurde, steht in diesem Jahr die Endverbraucherwerbung im Vordergrund aller Aktivitäten rund um Magnesium-Diasporal 400 EXTRA. Mit dem Ergebnis, dass mehr und mehr Verwender von apothekenexklusivem Magnesium auf das extra fruchtige und extra starke Magnesium-Diasporal 400 EXTRA setzen. Magnesium-Diasporal 400 EXTRA ist die neueste Produkterweiterung der Marke. Die hohe Dosierung mit Magnesiumcitrat, wie es auch im Körper vorkommt und der extra fruchtige Orangengeschmack wurden speziell für Personen mit einem erhöhten Magnesiumbedarf entwickelt. Das Produkt eignet sich daher insbesondere hervorragend für z.B. ältere Menschen, Diabetiker und Sportler.

**Die Marke:**

Magnesium-Diasporal ist Marktführer bei Magnesiumgranulaten aus der Apotheke.

Die Verantwortlichen für die Kampagne auf Kundenseite Protina GmbH  
Oliver Rieger, Petra Zieren

Die Verantwortlichen für die Kampagne auf Agenturseite:  
Winfried Krenz, Wolf Stroetmann, Alexa Fanta