

## PM-Report

Publizierte Medizin  
Pharma-Marketing  
Product-Management

6/06 Seite 28

## Comprix 2006

### Schmittgall

RX - Integrierte Kampagne laufend

### Impf-Offensive 60plus Sanofi Pasteur MSD

Medien: Ärztliche Fachmagazine,

Patientenbroschüren, Wartezimmerposter.

**Kampagnenstart:** Frühjahr 2005.

**Die Macher bei Schmittgall:** Kundenberatung: Winfried Krenz, Anne Froehlich; CD: Bernd Schmittgall; CD-Art: Bert Neumann; Medizin: Heidi Funk.

**Verantwortlich bei Sanofi Pasteur MSD:** Produktmanager: Corinna Heim; Produktgruppenleiter: Dr. Ralf Ehret.

**Ziele und Besonderheiten:** Gerade im fortgeschrittenen Alter treten häufig lebensbedrohliche Pneumokokken-bedingte Lungenentzündungen auf. Jährlich sterben allein in Deutschland ca. 12.000 Menschen an den Folgen einer Pneumokokken-Infektion. Die meisten Menschen wissen das nicht. Und sie wissen auch nicht, dass man sich durch eine Impfung davor schützen kann. Die Kombination mit einer Grippe-Impfung verstärkt sogar den Effekt beider Impfungen. Sanofi Pasteur MSD hat die Impf Offensive 60 plus ins Leben gerufen, um Ärzte und Patienten über die Folgen von Pneumokokken-Infektionen aufzuklären und von der Notwendigkeit beider Schutz-Impfungen zu überzeugen.



**60**  
IMPF-OFFENSIVE  
**60 PLUS**



Sanofi Pasteur MSD, Comprix 2006, Seite 28, 6/06

Sanofi Pasteur MSD, Comprix 2006, Seite 28, 6/06

SANOFI PASTEUR MSD