

---

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

---

**Schmittgall punktet bei Merck Serono**

**Ein Helmfrösch sorgt bei Schmittgall für Schlagsschutz**

**Stuttgart, 05.11.2007** – Die Schmittgall Werbeagentur hat einen neuen Werbeauftritt für den Blutdrucksenker ENEAS® von Merck Serono entwickelt. Der Claim „Blutdrucksenkung mit integriertem SCHLAGSCHUTZ“ der jetzt gestarteten Kampagne fasst dabei nachhaltig den USP des Kombinationspräparats (Wirkstoffe Nitrendipin/Enalapril) zusammen: die nachweisliche Senkung des Schlaganfallrisikos. In visueller Ergänzung trägt ein grasgrüner Frösch einen knallroten Schlaghelm, um den Produktvorteil noch deutlicher zu unterstreichen.

Bereits zur Einführung des Präparates seitens Merck war ein illustrierter Frösch der zentrale Eyecatcher der Kampagne. Auch zum Relaunch rieten die Stuttgarter Healthcare-Profis, den Frösch als Sympathieträger und als Wiedererkennungswert beizubehalten. Um den ENEAS®-Frösch als Markenkern noch weiter aufzuwerten, ging Schmittgall einen außergewöhnlichen Weg. „Wir wollten keinesfalls auf einen illustrierten Frösch für die Kampagne zurückgreifen“, beschreibt Bernd Schmittgall, Inhaber der Werbeagentur, den Entstehungsprozess des Visuals. „Deshalb haben wir kurzerhand ein Fotoshooting mit einem quietschlebendigen Frösch durchgeführt“, ergänzt Winfried Krenz, Geschäftsführer bei Schmittgall. In nachträglicher Bildbearbeitung wurde dem hüpfenden Vierbeiner lediglich noch ein grasgrünes „Gewand“ angepasst. Die Idee, den Produkt-USP des integrierten Schlag(anfall)schutzes nicht nur in der Headline, sondern auch mit einem knallroten Schlaghelm auf dem Kopf des Frösches darzustellen, gefiel den Verantwortlichen von Merck-Serono. „Der Relaunch der Kampagne mit dem Helmfrösch gibt ENEAS® nun auch kommunikativ die klare Positionierung, die gerade in einem so hart umkämpften Markt wie dem der Blutdrucksenker von elementarer Bedeutung ist“, so Ulf Glauner, Leiter Marketing BU Primary Care bei Merck Serono. „Denn mit der „Krönung“ des Frösches wird der einzigartige Produktnutzen sofort ersichtlich und fassbar“, ergänzt Dr. Angela Peiter, Product Managerin Marketing CardioMetabolic Care bei Merck Serono. Die Kampagne ist bereits als Anzeige in ausgewählten Fachmedien angelaufen. Darüber hinaus werden jetzt auch alle weiteren Produktinformationen und Außendienstmaterialien entsprechend adaptiert.

## Das Motiv



***Das Anzeigenmotiv zum Abdruck erhalten Sie gerne auf Anfrage.***

## Das Medikament:

ENEAS® ist ein Blutdrucksenker, der auch das Schlaganfallrisiko senkt. Nur von den in ENEAS® kombinierten Präparaten Nitrendipin + Enalapril profitieren Patienten mit isolierter systolischer Hypertonie nachweislich.

## Die Verantwortlichen für die Kampagne

*Auf Kundenseite Merck Serono:*

Ulf Glauner, Leiter Marketing BU Primary Care

Thilo Hohenberger, Manager Medical Affairs

Dr. med. Angela Peiter, Product Managerin Marketing  
CardioMetabolic Care

*Auf Agenturseite Schmittgall:*

Beratung: Winfried Krenz, Gregor Regensberger

Kreation: Daniela Svetec

Medizin: Heidi Funk

---

***PRESSEKONTAKT der 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](mailto:markus.hardenbicker@newswerk.de)