

NEU



Verbesserte
Blutzucker-Balance
durch
Inkretin-Schutz

Neue Fixkombination
Sitagliptin + Metformin

- Senkt effektiv den HbA_{1c}-Wert¹
- Ohne zusätzliches Hypoglykämierisiko²
- Keine Gewichtszunahme³

Sitagliptin + Metformin
Velmetia[®]
Inkretin-Schutz

1. Diabetes Mellitus Typ 2. Studien: Sitagliptin + Metformin (Velmetia) im Vergleich mit Metformin allein bei Typ-2-Diabetes mellitus. Diabetes Care 2010; 33: 1017-1024. 2. Sitagliptin + Metformin (Velmetia) im Vergleich mit Metformin allein bei Typ-2-Diabetes mellitus. Diabetes Care 2010; 33: 1017-1024. 3. Sitagliptin + Metformin (Velmetia) im Vergleich mit Metformin allein bei Typ-2-Diabetes mellitus. Diabetes Care 2010; 33: 1017-1024.

4. Sitagliptin + Metformin (Velmetia) im Vergleich mit Metformin allein bei Typ-2-Diabetes mellitus. Diabetes Care 2010; 33: 1017-1024. 5. Sitagliptin + Metformin (Velmetia) im Vergleich mit Metformin allein bei Typ-2-Diabetes mellitus. Diabetes Care 2010; 33: 1017-1024.

VEREINIGTE PHARMAZIE-UNIVERSITÄT
BERLIN-CHEMIE
MENARINI

Schmittgall kreiert balancierendes Paar

STUTTGART (eb). Die Schmittgall Werbeagentur hat für das kürzlich eingeführte orale Antidiabetikum Velmetia[®] von Berlin-Chemie den gesamten Außenauftritt kreiert und umgesetzt. Dabei ist die Kampagnen-Kreation bewusst sehr stark an den Marketingauftritt von Xelevia[®], der ebenfalls von Schmittgall konzipiert wurde, angelehnt. Denn bei Velmetia[®] handelt es sich um die fixe Kombination der Wirkstoffe Sitagliptin (Xelevia[®]) und Metformin. Neben den positiven Produkteigenschaften von Xelevia[®] weist die innovative Therapie darüber hinaus nun einen entscheidenden Compliance-Vorteil auf. Ge-

nau diesen eindeutigen Produktvorteil einer Fixkombination galt es aufmerksamkeitsstark und für die Zielgruppen schnell fassbar herauszuarbeiten. Das Ergebnis: Ein Paar, das mühelos in anmutiger Pose auf einer Kugel balanciert, visualisiert – in Anlehnung an die Xelevia[®]-Kampagne – anschaulich den Produktvorteil: „Verbesserte Blutzucker-Balance durch Inkretin-Schutz“ bei Typ-2-Diabetikern. „Mit diesen beiden Kampagnen werden wir den Diabetes-Markt weiter durchdringen“, ist sich Produktmanagerin Kerstin Plöger sicher. „Damit wird unser Außendienst für große Bewegung sorgen.“