Omira

Pharma-Kompetenz siegt

Für die neue Minus L-Kampagne setzt Omira auf professionelle Hilfe: Schmittgall.

Mit neuen laktosefreien Produkten startet **Omira** eine umfassende Werbeoffensive für die „Minus L"-Serie. In Kürze soll die aktuelle Fernsehwerbung, in der Testimonial **Waldemar Hartmann** für die „Minus L"-Milch wirbt, durch einen neuen Spot ersetzt werden. Die Kampagne wird durch Printanzeigen in der Fachpresse sowie in auflagestarken Publikumszeitschriften unterstützt.

Für die Gestaltung der aktuellen Kampagne hat das Ravensburger Milchverwertungsunternehmen eine neue Werbeagentur an die Seite geholt, die sowohl für die Handels- als auch die Verbraucherkommunikation verantwortlich zeichnet. Das Budget für die laktosefreien Produkte wird jetzt dem Vernehmen nach von **Schmittgall**, Stuttgart, betreut. Kontakter-Informationen zufolge konnte sich die Inhaber-geführte Agentur in einem Pitch gegen ihre Mitbewerber durchsetzen. Brancheninsider vermuten, dass das Team rund um **Bernd Schmittgall** in erster Linie mit seiner Erfahrung im Bereich Pharmazie und Gesundheit beim Kunden punkten konnte. Bei der „Minus L"-Serie handelt es sich um eine Produktreihe, bei der das Thema Gesundheit eine zentrale Rolle spielt. Die Erfahrung der Stuttgarter Werber im Bereich Pharmazie und Gesundheit ist beachtlich. Zu ihren Klienten gehören Unternehmen wie **Boehringer, Ingelheim**, **Hoffmann-La Roche** in Grenzach, die Frankfurter **Merz-Pharmaceuticals GmbH** und **Johnson & Johnson**, Neckargemünd. Agentur und Unternehmen wollten sich weder zu Pitch-, noch zu Kampagnendetails äußern. Die Werbung richtet sich an Menschen, die an Laktose-Unverträglichkeit leiden, und das sind alleine zwölf Millionen in Deutschland.

Minus L-Milch gibt es seit September 2001. Aufgrund der großen Nachfrage wurde das Sortiment erweitert. Inzwischen gibt es beinahe jedes Milchprodukt von Schlagsahne bis probiotischen Joghurt ohne Milchzucker. Die Konkurrenten der Minus L-Serie sind in erster Linie alle Hersteller von Soja-Produkten. *jw/sg*

Minus L:
In Printanzeigen erhält der Leser ausführliche Produktinformationen.

Gewusst wie
Schmittgall wirbt künftig in der Fachpresse sowie reichweitenstarken Titeln.