

„Nicht nur Marken-, sondern auch Aufklärungskampagne“

>> „Ich habe rechtzeitig auf meine Füße gehört“, so berichten Patienten in der aktuellen Kampagne über ihre Erfahrungen mit „milgamma protekt“ aus dem Hause

Wörwag Pharma. Das Produkt wirkt und schützt bei diabetischer Neuropathie, einer diabetesbedingten Nervenschädigung, die bei Diabetikern meist zunächst an den Füßen in Erscheinung tritt und die – unbehandelt – schwerwiegende Folgen haben kann. Wolf Stroetmann, Geschäftsfüh-



rung Schmittgall, berichtet: „In Deutschland leben laut Schätzungen etwa 6 Millionen Menschen mit Diabetes, in der Altersgruppe der 60- bis 79-Jährigen ist der Prozentsatz am höchsten.“ Und Produktmanagerin Christina Vorbeck ergänzt: „Viele Diabetiker sind sich der Gefahr durch eine sich entwickelnde diabetische Neuropathie nicht bewusst, daher sehen wir unsere neuen Motive nicht nur als Marken-, sondern auch als Aufklärungskampagne.“ Die Anzeigen werden in einem breiten Spektrum von Publikums- und Gesundheitstiteln geschaltet und von einem entsprechenden Auftritt in Fachtiteln und flankiert. <<