



Foto: Bosch Healthcare Solutions

Die vom Atemmessgerät Vivatmo me erfassten Werte werden per Bluetooth an die digitale Asthma-Tagebuch-App übermittelt. Damit stehen sie zum Abruf bereit, um beispielsweise den Krankheitsverlauf mit dem Arzt zu besprechen

Medizintechnik

Bosch widmet sich dem Selbstmanagement für Asthmatiker

Mit Hilfe des Heimmessgeräts Vivatmo me sollen Asthmatiker mehr Sicherheit und Kontrolle über ihre Therapie erhalten. Bosch Healthcare Solutions positioniert das Produkt mithilfe der Kampagne ‚Mein Asthma-Radar‘ und setzt in der Markenführung damit auf einen digitalen Ansatz.



Foto: Stephan Glathe

Asthma belastet nicht nur den Körper – es kann die Lebensqualität von Betroffenen stark beeinträchtigen. Asthmatiker können den Verlauf ihrer Erkrankung durch ihr Verhalten positiv beeinflussen. Selbstmanagement ist somit bei Asthma bronchiale ein wichtiger Baustein in der Behandlung der Atemwegserkrankung. Das Atemmessgerät Vivatmo me von Bosch Healthcare Solutions soll Betroffene bei der Selbstkontrolle ihrer Erkrankung zuhause unterstützen. Das Unternehmen mit Sitz in Waiblingen hat das Patientengerät im August 2019 auf den Markt gebracht.

Zentraler Baustein der Kampagne für Vivatmo me ist die Produkt-Website, wie Thomas Berroth, Marketing & Kommunikation Bosch Healthcare Solutions, erläutert

„Bosch steht als Marke für Qualität, faszinierende Produkte, Partnerschaft und Verantwortung, Nutzer von Vivatmo me haben innerhalb dieser Marken-Dimensionen verschiedene emotionale Nutzen, die wir vermitteln“, sagt Thomas Berroth, Marketing & Kommunikation Bosch Healthcare Solutions. Zu den kommunizierten Vorteilen gehören beispielsweise mehr Lebensqualität mit der chronischen Krankheit, ein besseres Verständnis über das eigene Asthma oder eine bessere Planbarkeit des Alltags. Mit Hilfe des Heimmessgeräts sollen Asthmatiker mehr Sicherheit und Kontrolle über ihre Therapie erhalten. Vivatmo me bestimmt den sogenannten FeNO-Wert (FeNO = fraktioniertes exhalierendes Stickstoffmonoxid) aus der Ausatemluft, welcher einen Hinweis auf den aktuellen Entzündungszustand der Atemwege gibt. Das soll helfen,

Die Launch-Kampagne für Vivatmo me mit dem Titel 'Mein Asthma Radar' hat Schmittgall Health im Auftrag von Bosch Healthcare Solutions realisiert

die chronische Erkrankung genauer zu überwachen und den Alltag sicherer und planbarer zu gestalten. Die vom Gerät ermittelten Messwerte werden telefonisch oder digital mit dem behandelnden Arzt geteilt. Der Mediziner kann damit verfolgen, ob die Medikamente richtig dosiert bzw. korrekt und regelmäßig eingenommen werden. Eine FeNO-basierte Verlaufskontrolle unterstützt das Therapiemanagement und kann helfen, die Häufigkeit von Asthmaanfällen zu reduzieren.

Die Messwerte lassen sich im Gerät oder mit Hilfe der Vivatmo App, die als digitales Asthma-Tagebuch fungiert, verwalten. Dort werden Informationen gebündelt zur Medikamenteneinnahme, dem persönlichen Befinden, den Peak-Flow-Werten (Werte der Lungenfunktion) oder auch zur regionalen Polleninformation.

Digitale Kommunikation im Fokus

Die Launch-Kampagne für das Medizinprodukt hat Schmittgall Health entwickelt. Die Stuttgarter Agentur stellte die Kreation von Vivatmo me unter den Titel 'Mein Asthma-Radar'. Die Healthcare-Inbound-Marketing-Kampagne startete im April 2020 mit dem Ziel, sowohl Asthma-Patienten als auch die Eltern von betroffenen Kindern anzusprechen. „Das Ziel der Kampagne ist es, die Awareness für das Produkt und die Messung des Biomarker FeNO zu steigern und die Zielgruppen mit der Website als wichtigen Touchpoint in der Customer Journey in Verbindung zu bringen“, sagt Berroth. Mithilfe der Werbe-Maßnahmen soll die Zielgruppe den Weg zur neu gelaunchten Webseite sowie zum dazugehörigen

Online Shop finden, in welchem das Messgerät exklusiv vertrieben wird. „Da wir einen Onlineshop als Vertriebskanal nutzen, setzen wir den Schwerpunkt auf eine Online-Marketing-Kampagne und nutzen Social-Media-Kanäle“, erläutert Berroth.

Zum Maßnahmen-Paket gehört dementsprechend ein Mix an digitalen Werbemitteln. Beispielsweise setzt Bosch im Rahmen der Aktivitäten auf eine Micro-Influencer-Kampagne. Neben Search Engine Advertising und Pressearbeit ergänzen zudem Owned-Media-Maßnahmen das Vermarktungskonzept. Dazu zählen etwa die Produktwebsite inklusive diverser SEO-Maßnahmen und Social Media Posts auf den eigenen Kanälen.

„Um mit der Zielgruppe im direkten Austausch zu sein, haben wir den Facebook-Kanal ‚Bosch Vivatmo Deutschland‘ gestartet. Außerdem planen wir, unsere Zielgruppe über einen regelmäßigen Newsletter zu aktuellen Themen rund um Asthma zu informieren“, berichtet der Marketing-Verantwortliche. In den ersten Wochen nach dem Start der Kampagne zieht Berroth ein positives Zwischenfazit: „Die Kampagne zeigt in den ersten Wochen eine sehr gute Performance. Durch die digitale Ausspielung kann die Performance gut gemessen werden. Die Steigerung der Bekanntheit von Vivatmo me und des Biomarkers FeNO bleibt weiterhin unser Fokus.“ Gleichzeitig soll damit auch der Kern der Marke Bosch Healthcare Solution mit dem Leitmotiv ‚Technik fürs Leben‘ gestärkt werden. Die 2015 gegründete hundertprozentige Tochtergesellschaft der Robert Bosch GmbH beschäftigt aktuell rund 120 Mitarbeiter.

Anna Jäger

Impressum

Healthcare Marketing erscheint in der New Business Verlag GmbH & Co. KG, Nebendahlstraße 16, 22041 Hamburg

Gegründet 2006

Fon: +49 40 609009-0
 Fax: +49 40 609009-55 (Verlag)
 Fax: +49 40 609009-77 (Redaktion)
 Internet: www.healthcaremarketing.eu
 Mail: nachname@healthcaremarketing.eu

Herausgeber/Verleger: Peter Strahlendorf
 Chefredakteur: Peter Strahlendorf (ps, -11)
 (V.i.S.d.P.)

Stellv. Chefredaktion: Birte Schäffler (bs, -76)
 Redaktion: Anna Jäger (aj, -87)
 Natascha Przegadzka (np)
 Thomas Olbrisch (to, -86)

Autoren dieser Ausgabe:

Siehe gekennzeichnete Beiträge

Grafik: Anne Allert, Andrea Dingkuhn (-42)
 Anzeigenleitung: Jörg Luttkau (-59)
 Vertriebsleitung: Angelika Schmidt (-65)
 Abo-Marketing: Birgit Jessen (-62)
 Kfm. Geschäftsführung: Antje-Belina

Weidlich-Strahlendorf
 3.100
 2.763
 Jahresabonnement: 190,00 Euro
 zzgl. Porto und Umsatzsteuer

Es gilt die Anzeigenpreisliste vom 1. Januar 2020
 Druck und Lithos: Lehmann Offsetdruck und Verlag GmbH, Norderstedt

Bankverbindung:
 IBAN: DE74200505012171313 23
 BIC/SWIFT: HASPDEHHXXX
 IBAN: DE07200400000482282100
 BIC/SWIFT: COBADEFFXXX

Copyright: Das Heft und alle enthaltenen Beiträge sind urheberrechtlich geschützt. Mit Ausnahme der gesetzlich zugelassenen Fälle ist die Verwertung nur mit schriftlicher Einwilligung des Verlages erlaubt. Für unverlangt eingesandte Manuskripte und Fotos wird keine Haftung übernommen. © Healthcare Marketing 2020
 ISSN: 1862-2100

Titelbild: VectorMine-AdobeStock.com