

Euro RSCG Life mit Neugeschäften und ‚Deutsche Mundgeruchshilfe‘

Euro RSCG Life, München/Düsseldorf, gewinnt mehrere Neukunden, darunter Bayer Schering. Die Agentur betreut mit Broschüren und Schulungsunterlagen zahlreiche Neuprojekte im Bereich der Kontrastmittel (Gardovist und Vasovist sowie Applikationsservice). Auch das neue Schmerzpflaster ‚Versatis‘ von Grünenthal, Aachen, steht mit Fachanzeigen, Salesfoldern, Mailings und Tagungen auf der Neugeschäftsliste. Die Neueinführung von ‚Mezavant‘ des Kölner Unternehmens Shire, ein Präparat gegen Colitis ulcerosa, wird bereits in der Prelaunch-Phase betreut. Das 25-köpfige Team um CEO Achim Hollenberg adaptiert für Mezavant eine internationale Kampagne des Networks für Deutschland.

Ein Comeback schafft die Agentur beim Bestandskunden Novartis, des-

sen Produkt ‚Elidel‘ sie nach drei Jahren Pause wieder betreut. Das Mandat war aus internationalen Policy-Gründen an DDB Heye gegeben worden. Das lokale Novartis-Team in Deutschland war laut Hollenberg davon aber nicht überzeugt, und so konnten die Life-Werber sich diesen Etat im Herbst 2007 wieder zurückholen. Der „plakative“ Elidel-Relaunch wird im Frühjahr diesen Jahres sichtbar.

Ebenfalls plakativ kommt nach Meinung der Werber der Auftritt für den Neukunden ‚Therabreath‘ daher. Unter diesem Namen bietet ein relativ junges Münchner Unternehmen namens glasow & wagatha medical GmbH Hygieneprodukte wie Mund-

spülung, Zahnpaste, Mundspray und Zungenreiniger im Direktvertrieb an. Viel Werbegeld ist nicht vorhanden, deshalb sieht der Werbeplan zunächst Großflächenplakate (in München), Gratispostkarten in der Gastronomie (bundesweit), Direktmarketing, Guerillaaktionen und Internet vor. Für die Kampagne wurde die ‚Deutsche-Mundgeruchshilfe‘ initiiert. (rk)

