

App für Asthma-Check

Die neue Applikation „Asthma-Check“ für das iPhone, den iPod sowie das iPad möchte Patienten dabei unterstützen, Therapie und Kontrolle ihrer Erkrankung zu optimieren. Die von UCB unterstützte Serviceleistung bietet die Möglichkeit, aktuelle Peakflow-Werte einzupflegen, die per E-Mail an den Arzt übermittelt werden. Die App enthält einen Erinnerungsservice für die rechtzeitige Medikamenteneinnahme, Fra-



gen zur eigenen Kontrolle des Asthma-Status sowie weitere Informationsangebote rund um das Thema Atemwegserkrankungen. Für die Umsetzung ist **mutterelbe** verantwortlich.

Fachpressearbeit für Lasersysteme

ofischer communication übernimmt die Fachpressearbeit für die **LAP GmbH Laser Applikationen**, ein Unternehmen, das Lasersysteme unter anderem für die Medizin fertigt. Vorerst widmet sich die Pressearbeit dem Bereich D-A-CH, doch eine Ausweitung ist geplant. Vorgesehen sind Themenaufbereitungen, die persönliche Ansprache der Fachpresse und der serviceorientierte Versand der Pressemitteilungen bis hin zum individuellen telefonischen Nachfass in mehreren Sprachen.

... und es hat „Klik“ gemacht

Euro RSCG Life hat für **sanofi-aventis** die Launchkampagne für den neuen **Insulinpan ClikStar** entwickelt. Die Kampagne basiert auf der Leitidee „von Patienten für Patienten“: An der Entwicklung von ClikStar waren über 2000 Diabetiker sowie 500 Ärzte und Diabetesberaterinnen beteiligt. Und die haben den mehrjährigen Entwicklungsprozess mit Wünschen, Tests unter Alltagsbedingungen und immer neuen Verbesserungsvorschlägen begleitet. Für den Launch „ClikStar. Der Patienten-Pen.“ gestaltete die Agentur ein integriertes Kommunikationspaket für Patienten, Ärzte, Diabetesberaterinnen, Apotheker und den Außendienst. Die Toolbox umfasst unter anderem zielgruppenspezifische Anzeigen, Salesfolder, Messeausstattung, Informationsbroschüren, Patientenausweise, Lenticularkarten, Trainingsmaterialien, Schulungsvideo, Online-Banner, Direct Mailings und unternehmensinterne Kommunikationstools.



Heute schon gepunktet?

bene-Arzneimittel hat die bisher von Apothekern und Teams genutzte **bene-akademie** nun für Ärzte weiterentwickelt und für diese zertifizieren lassen. Den Teilnehmern stehen regelmäßig Online-Fortbildungen zur



Verfügung. Themen sind verschiedene Indikationsgebiete, wie Atemwegserkrankungen oder das komplexe Thema Schmerz mit seinen verschiedenen Ausprägungen und Therapieformen. Honoriert werden die von den Landesärztekammern zertifizierten Module mit bis zu drei Fort-

bildungspunkten. Begleitet wird das Projekt von der Agentur **Pronomen** – PR und Produktkommunikation.

Strategische Partnerschaft

arvato services und **AdAudience** haben eine strategische Partnerschaft geschlossen. Ziel der zukünftigen Zusammenarbeit ist die Schaffung von medienübergreifenden Standard-Zielgruppenbeschreibungen für integrierte On- und Offline-Kampagnen. Durch eine wesentlich gezieltere Zielgruppenansprache sollen Streuverluste verringert und die Aufmerksamkeit für die Kampagnen verbessert werden.

Werden wir dem Vorbild des „Hammering Man“ noch gerecht?

Die bewegliche Silhouette des „Hammering Man“ steht für den Arbeiter in uns allen – für die Menschen, die mit ihren Händen, Köpfen und Herzen gemeinsam eine Welt errichten. Die Skulptur wirft Fragen auf: Ist unser Arbeitsalltag noch erfüllte Zeit oder ist er vielleicht schon zur Routine geworden?