



## Werbekampagne in Print und TV

Seit 50 Jahren ist Tebonin® von Dr. Willmar Schwabe mit dem Ginkgo-Spezialextrakt EGb 761® auf dem Markt und empfiehlt sich bei Gedächtnis- und Konzentrationsstörungen. Seit Jahresbeginn ist Tebonin® konzent 240 mg wieder stark in TV und Print vertreten. Um die Wiedererkennung zu erleichtern, steht Apotheken eine zur Endverbraucherwerbung passende Schaufensterdekoration zur Verfügung. Bestellung von Dekoration und Servicematerialien, darunter eine Übungsbroschüre für die Kunden, ist möglich beim Außendienst oder unter Tel.: 0800.000 52 58.

## Erweiterte Indikation und Kurpackung

Mucos Pharma hat sich entschieden, Wobenzym® p nicht weiter zu vertreiben. Eine aktive Rücknahme der Ware vom Markt ist derzeit aber nicht vorgesehen. Kunden, die bisher Wobenzym® p kauften, werden auf Wobenzym® plus umgestellt. Enthalten sind die Enzymkombination aus Bromelain und Trypsin sowie das Flavonoid Rutosin bei erhöhter Konzentration an Enzymen (1215 F.I.P.-Einheiten gegenüber 750 F.I.P.-Einheiten). Außerdem ist Wobenzym® plus zusätzlich für ein breiteres Indikationsgebiet zugelassen. Dieses umfasst neben Schwellungen, Entzündungen oder Schmerzen als Folge von Traumen und der unterstützenden Behandlung bei schmerzhaften und aktivierten Arthrosen und Weichteilrheumatismus auch die Anwendung bei oberflächlicher Venenentzündung (Thrombophlebitis) sowie die Entzündungen des Harn- und Geschlechtstrakts (Urogenitaltrakt). Seit Anfang Februar ist für die Einnahme als Kur eine Zwei-Monatspackung auf dem Markt, gedacht vor allem für Patienten



mit chronischen Gelenkschmerzen. Ein spezielles Einführungsangebot ist von zahlreichen Werbematerialien begleitet und kann bestellt werden unter Tel.: 089.63 83 72-202.



## Apothekengeflüster

Mit einem interessanten neuen Marketingansatz – inspiriert von einer kanadischen Offizin – wendet sich Geschäftsführerin Kerstin Hinck an ausgewählte Apotheker: Mit gezielten Anwendungshinweisen direkt auf der Medikamentenverpackung können sie ihre Kunden auch zuhause weiter beraten. Noch während des Gesprächs oder bereits vor der Einlagerung werden die handlichen und zuverlässig haftenden Notizen auf die Arzneimittel aufgebracht. Sie erinnern an die Kernaussagen der Beratung und sollen dem Kunden ein individuelles Einkaufserlebnis verschaffen. Mit diesem „Apothekengeflüster“ werden die wesentlichen Inhalte der Beipackzettel herausgepickt, und dem Patienten kann durch gezielte Information und Kommunikation die Verunsicherung genommen werden. Das farbenfrohe Design und die Individualisierung mit dem Apothekenlogo machen die Aufkleber zu einem erfolgreichen Marketinginstrument, wie erste Erfahrungen in der Praxis zeigen. Weitere Informationen: [www.apothekengeflüster.de](http://www.apothekengeflüster.de).

## Fruchtige Geschmacksalternative

Fresenius Kabi Deutschland hat seine Produktfamilie der konsistenzadaptierten Trinknahrungen um ein auf Früchten basierendes cremartiges Supplement erweitert:



Fresubin® dessert fruit. Die fruchtig-säuerliche Creme ist nach Herstellerangaben eine gute Alternative zu den sonst eher süßen und milchigen Geschmacksvarianten. Durch einen Eiweißgehalt von sieben Prozent und eine hohe Energiedichte ist die löffelfähige Trinknahrung vor allem für Patienten mit drohender oder bestehender Mangelernährung und für Patienten mit Schluckstörungen geeignet. Das verordnungsfähige Nahrungssupplement gibt es in den Geschmacksvarianten Apfel, Apfel-Pfirsich und Apfel-Erdbeere. Weitere Informationen unter [www.fresenius-kabi.de](http://www.fresenius-kabi.de).