

# BEEINDRUCKENDE LEITMOTIVE IN DER ARZNEIMITTELWERBUNG

REVATIO - MIT DEM SYMBOL DES LEBENSBAUMES, DURCH DEN DIE  
SONNENSTRAHLEN DER HOFFNUNG DRINGEN

Die wesentlichen Aufgaben einer Werbestrategie auf dem Arzneimittelsektor bestehen im Aufbau nachhaltiger Wettbewerbsvorteile und einer durchdachten Präsentation, um den Arzt als Verschreiber vom Leistungsvorsprung gegenüber den Mitbewerbern zu überzeugen.

Diesen wichtigen Kriterien hat das Marketing von REVATIO in mehrfacher Hinsicht klug Rechnung getragen, um Sildenafil als hochwirksamen Wirkstoff bei der Behandlung der pulmonal-arteriellen Hypertonie gebührend in Szene zu setzen.

Mit dem Leitmotiv des Lebensbaumes, durch den die Sonnenstrahlen als Symbol der Hoffnung dringen, wählten die Werbestrategen 2009 ein Motiv von hohem Wiedererkennungswert, das sich im Laufe der folgenden Jahre erweiterte zu einer Allee von Lebensbäumen. Sie weisen mit diesem Stilmittel eindringlich darauf hin, dass ein neuer Anfang mit der Einnahme von REVATIO beginnt, die Patienten damit einfach mehr vom Leben



haben, und die PAH-Therapie mit Sildenafil die richtige Behandlungsweise für heute und morgen darstellt – analog von mehr als 300.000 Patientenjahren an Erfahrung, wie sie ausführen.

Speziell die essentielle Therapie der pulmonal-arteriellen Hypertonie verlangt in der werblichen Präsentation im Besonderen reaktives wie proaktives Marketing mit hohem ethischen Anspruch, um den Arzt als Verschreiber jene auch wirtschaftlich tragfähige Lösung dauerhaft näher zu bringen, die dem schwerkranken Patienten und seinem ernststen Krankheitsbild gerecht wird.

Mit dem Symbol des durch den Lebensbaum scheinenden Lichtes ist diese Aufgabe dem Marketing des Arzneimittelherstellers PFIZER beispielhaft gelungen.

Medizin+Kunst kürte die Werbestrategie REVATIO vor einiger Zeit zur

Ethischsten Pharmaanzeige des Jahres.