



PRESSEINFORMATION

„Kreussler Wiesbaden baut seine Produktrange rund um den Mund konsequent weiter aus. Zum Jahreswechsel 2002/2003 hat Kreussler das Breitbandantibiotikum Dentomycin von der Fujisawa Deutschland GmbH übernommen. „Dynexan – die Mundpolizei“, das OTC-Produkt-Spektrum von Kreussler, wird nun durch Dentomycin sinnvoll abgerundet. Kreussler setzt bei der Einführung weiterhin auf die Zielgruppe Zahnärzte.

Die Neueinführung, „Dentomycin – das Mund-Sonderkommando“, ein Breitbandantibiotikum auch für schwierige Fälle, wird von 2SBM Netzwerk für integrierte Kommunikation & Value Marketing GmbH in Bensheim begleitet. 2SBM betreut bereits seit 2002 die Dynexan-Range aus dem Hause Kreussler.

„Die Agenturaufgabe, den Auftritt von Dentomycin eigenständig, aber dennoch als klare Ergänzung zur Dynexan-Range zu kreieren, ist aus unserer Sicht sehr gut gelöst worden“, so Dr. Konrad Frey, Marketingleiter der chemischen Fabrik Kreussler, Wiesbaden. „Mit der Präsentation des Key-Visuals, Claims und der Anzeige sowie dem argumentativen Aufbau der 12-seitigen Besprechungsunterlagen hat uns das Health Care Team der 2SBM wieder überzeugt.“ In den Besprechungsunterlagen für den Außendienst heißt es: „Seite an Seite, Dynexan von außen – und Dentomycin von innen.“ Das Produktspektrum von Kreussler für Zahnärzte hat Verstärkung bekommen. „Hilfe und Selbsthilfe“ zum Wohle des Patienten, dem ergänzend zum verschreibungspflichtigen Produkt eine Reihe von ergänzenden OTC-Produkten zur Selbsthilfe zur Verfügung steht. Das soll den Zahnarzt überzeugen, neben der Verschreibung von Dentomycin flankierend Dynexan-Produkte zu empfehlen.

Kreussler setzte schon bei der Einführung der 0,1%igen Mundspüllösung im letzten Quartal erfolgreich auf die Zahnärzte. Diese Strategie soll auch 2003 weiter ausgebaut werden. Herr Wolfgang Ritter von der Dental-Agentur-International GmbH, führt für Kreussler den Außendienst. Mit dem 12-seitigen Argumentarium, von 2SBM konzipiert und realisiert, will der Außendienst den Zahnarzt weiterhin überzeugen.

Flankierend zu Besprechungsunterlagen und Fachanzeige konzipiert 2SBM für Kreussler u.a. den Auftritt auf verschiedenen Zahnarztfachmessen und Direct Mailings. Kontinuierliche Telefonmarketingaktivitäten sollen die Einführung weiterhin unterstützen.



„Konsequente Markenführung der Range rund um den Mund ist Kreussler und auch mir persönlich ein Anliegen. Mit dem Health Care Team von 2SBM ist das im Rahmen der Entwicklungen für Dentomycin wieder einmal gelungen“, so abschließend Dr. Frey.

Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an:

Daniela Silva, Telefon 0 61 51/3 60 73-0, Fax -11 oder d.silva@2sbm.de