

Presseinformation

Lingner setzt Lymphologie-Produktsortiment von medi in Szene

Fürther Agentur verantwortet Kommunikationskampagne für medizinischen Fachhandel

Fürth/Bayreuth, 3. September 2015 – Fünf Sterne für medi: Mit diesem Qualitätsversprechen als Key Visual inszeniert Lingner Marketing die neuen Premiumprodukte aus dem Lymphologie-Sortiment des Bayreuther Traditionsherstellers für medizinische Hilfsmittel. Unter dem Motto „Willkommen in der Premium Class“ hat die Fürther Agentur eine Kommunikationskampagne für das Produktsortiment von medi kreiert, in deren Fokus die neuen Features, Trendfarben und Designs der mediven Flachstrick-Produkte zur Bein- und Armversorgung bei der Behandlung von Ödemen stehen. Zielgruppe der Kampagne sind in erster Linie Sanitätshäuser, die auf die Produkte mediven 550 Bein, mediven 550 Arm, mediven mondi, mediven mondi esprit und mediven sensoo aufmerksam gemacht werden sollen. Neben klassischen verkaufsfördernden Werbemitteln für Point of Sale und Messe kommen im Rahmen der dreistufigen Kampagne, die noch bis Ende 2015 läuft, auch hochwertige Premium-Mailings und Print-Anzeigen zum Einsatz.

Der Etat wurde im Rahmen eines Pitches an die Fürther Kommunikationsagentur vergeben. Lingner überzeugte durch ein impulsgebendes Gesamtkonzept, das die neuen Produkte von medi mit Hilfe von imagebildenden Maßnahmen über die entsprechende Tonalität an den richtigen Touchpoints positioniert. Im Fokus steht die präzise und emotionale Ansprache der anspruchsvollen Zielgruppe – Fachkräfte, Vermesserinnen sowie Geschäftsführer im Fachhandel sowie lymphologisch tätige Ärzte und ihre Patienten. Dabei setzt Lingner auf Kampagnenmotive mit authentischen Bildwelten und Lifestyle-Charakter, die die Produkte effektiv in Szene setzen. Das Key-Visual „Fünf Sterne“, das den Premiumaspekt der Produkte unterstreicht, ist zentraler Bestandteil aller Kampagnenelemente.

Den Auftakt der Kampagne macht ein hochwertiges Fachhandelsmailing, das in Form einer Premium-Sammelbox über die Neuheiten des mediven Flachstrick-Sortiments informiert sowie ein Gewinnspiel mit Sterne-Sammelheft als Response-Element beinhaltet. Effektive PoS-Maßnahmen in der zweiten Kampagnenstufe sprechen gezielt weitere Zielgruppen an: Verkaufsfördernde Displays und Dekorationselemente wie Poster, Flyer und Musterpräsentationen sorgen für entsprechende Aufmerksamkeit im Fachgeschäft und auf Messen. Parallel dazu werden Anzeigen in Branchen- und Verbrauchermagazinen

veröffentlicht. Stufe drei setzt auf die Ansprache von Fachhandel sowie Endkunden und umfasst neben Mailings weitere PoS-Materialien und Anzeigen in B2B- und B2C-Medien.

„Eine Marke wie medi verlangt eine ganz eigene Zielgruppenansprache: Aufmerksamkeitsstarke Werbeformen in selektierten Umfeldern, die Käufer und Verkäufer von dem einzigartigen Angebot überzeugen und Bestandskunden neugierig auf die aktuellen Innovationen dieser Top-Marke machen“, erklärt Sibylle Lingner, Inhaberin und Geschäftsführerin von Lingner Marketing. „Mit unserem mehrstufigen Werbekonzept machen wir die neuen Produkte nachhaltig emotional erlebbar und unterstreichen die Positionierung von medi als Premiumanbieter mit Lifestyle-Anspruch.“

Bildnachweis:

Bild 1: Anzeigenmotiv Print © medi



Bild 2: Premium-Sammelbox © medi



Über medi

medi ist ein inhabergeführtes Familienunternehmen mit fast 100-jähriger Tradition. Dank innovativer Produkte und zukunftsweisender Konzepte leistet medi Tag für Tag einen maßgeblichen Beitrag zum Therapieerfolg der Patienten in über 90 Ländern der Welt. Die Leistungspalette reicht von medizinischen Kompressions- und Thromboseprophylaxestrümpfen, über Kompressionsbekleidung bis hin zu modernen Beinprothesen. medi Produkte findet man weltweit im medizinischen Fachhandel, in Krankenhäusern und Kliniken, in Arztpraxen und bei Therapeuten. Weitere Informationen unter www.medi.de.

Über Lingner Marketing

Seit über 25 Jahren erfolgreich am Markt ist Lingner Marketing die erste Adresse für den Aufbau emotionaler Markenwelten und damit führend im Bereich des Emotional Brand Building. Die unabhängige und inhabergeführte Full-Service-Agentur entwickelt maßgeschneiderte Kommunikationslösungen on- und offline, die den Kunden emotional involvieren und nachhaltig an die Marke binden. Das crossmediale Leistungsspektrum umfasst strategische Beratung, Konzeption, Kreativleistungen sowie Corporate Communication. 1989 von Sibylle Lingner gegründet, zählt das Unternehmen mit Standorten in Fürth und München zu den kreativsten Agenturen Bayerns und ist auch im W&V-Ranking der 50 größten, inhabergeführten Werbeagenturen vertreten. Rund 60 Experten der unterschiedlichsten Spezialgebiete erarbeiten integrierte, crossmediale Kampagnen für internationale Konzerne sowie große mittelständische Firmen. Zu den Kunden der Agentur zählen namhafte Unternehmen wie Europas größte Garten-Center-Gruppe Dehner, der Lebensmitteldiscounter Norma, der internationale Polymerspezialist REHAU sowie der Hersteller für medizinische Hilfsmittel medi oder das weltweit agierende Hopfenhandelsunternehmen Barth-Haas Group. Weitere Informationen unter www.lingner.de oder www.lingneronline.de.

Facebook: www.facebook.com/LingnerMarketing

Twitter: www.twitter.com/LingnerGmbH

Xing: www.xing.com/companies/lingnermarketinggmbh

YouTube: www.youtube.com/user/MarketingLingner

Pressekontakt:

dot.communications

Sabine Werbel

T 089 – 530 797-210

E [s.werbel\(at\)dot-communications.de](mailto:s.werbel@dot-communications.de)