

Innovative Werbestrategien

Bald auch für Mediziner ein Pflichtfach?

BASEL – Noch steckt die Werbung im Bereich des Gesundheitswesens in den Kinderschuhen – doch wird dies bei steigendem Konkurrenzdruck zwischen Spitälern und Praxen so bleiben?

„Braucht der Mensch heute überhaupt Werbung?“ – Mit dieser provokanten Frage leitete der Marketing- und Werbefachmann **Reto Dürrenberger** von der Werbeanstalt Schweiz AG seinen Vortrag als „Fremdredner“ am 1. Symposium für Hausarztmedizin ein. Und gab selbst sofort die Antwort: „Ja, sehr wohl sogar!“. Wenn auch vielfach auch zur

Heute ist das Ziel der Werbung vielfach, die Produkte verschiedener Firmen, die sich häufig sehr ähneln, voneinander zu differenzieren. Dem innovativen Werbespezialisten sind hierbei kaum Grenzen gesetzt, es

bieten sich laufend neue Möglichkeiten, das „Zielpublikum“ anzusprechen. Für inoffizielle, nicht-konforme Werbung wurde sogar der Begriff „Guerilla-Werbung“ geprägt.

Der Arzt auf dem Werbeplakat?

Anders als in anderen Branchen jedoch „steckt die Werbung im Ge-

sundheitswesen noch in den Kinderschuhen“. Dies vor allem aufgrund der Limite, die durch Swissmedic gesetzt werden. Der Werbeexperte ist sich jedoch sicher, dass auch die Medizin nicht ewig vom Werbe-Druck ausgeschlossen bleiben wird. Und die Schuld alleine Swissmedic und den gesetzlichen Schranken zu geben, ist sowieso falsch. Es gibt immer Mittel und Wege. Und vielfach

müsse man halt auch an die Grenze des Erlaubten gehen.

Auch Kliniken seien zunehmend darauf angewiesen, sich nicht nur in Schwerpunkten zu spezialisieren, sondern diese auch publik zu machen, um Zuweiser zu gewinnen.

„Werbung kann informieren, sachlich aufklären, differenzieren und damit Erfolg haben!“, so sein positives und anreizendes Credo. *acp*



Reto Dürrenberger

Vermittlung von Informationen. Er brachte der versammelten Hausärzteschaft die „Aktuellen Erfolgs-Konzepte in der Werbung“ näher.

Beinahe ohne sich dessen bewusst zu sein, wird der Konsument aktuell vom Radiowecker am Morgen, über Anzeigen, Mailings, Plakate, Internetbanner und Lautsprecherdurchsagen bis zum Kinospot oder TV-Werbespot am Abend tagtäglich und überall mit Werbung berieselt.

Dem Produkt ein Gesicht geben

Dabei ist dies kein ganz neues Phänomen: Bereits sehr früh in der menschlichen Entwicklungsgeschichte fand auch die Werbung ihren Platz – zum Beispiel in Form von Marktschreibern. In den Überresten von Pompeji entdeckte man sogar schon kommerzielle Werbetafeln.

SPORTUSAL
gratuliert zum WM-Titel!
Viel Erfolg bei den
Olympischen Spielen!

Nino Schurter
Weltmeister U23 Männer
Val di Sole (ITA)
23.06.2008

23.11.08 Sportusal AG, Wegkaplanstrasse 100, 4100 Birmensdorf, Schweiz
Kontakt: 052 225 1911, Fax: 052 225 1912, E-Mail: info@sportusal.ch
www.sportusal.ch
Permanente AG, CH-4100 Birmensdorf, Tel.: 052 225 1911, Fax: 052 225 1912, E-Mail: info@permanente.ch, www.permanente.ch