

Berlin, 08. Juni 2020

Schau genau hin

Eine unkonventionelle Produktvermarktung des Pharmaherstellers Aristo macht ein Frauenproblem sichtbar: Die häufig späte Diagnose der Unterleibserkrankung Endometriose. Gemeinsam mit der Agentur für visuelle Kommunikation STÜRMER & DRÄNGER sensibilisieren sie Ärzte für das Thema – mit der guten altbekannten Leuchtreklame.

Die blinkenden Worte „Krämpfe, Regelschmerz und Endometriose“ auf einer Betonwand, klare und unverhüllte Botschaften – mit dem unkonventionellen, minimalistischen und eindeutigen Produktdesign will die Aristo Pharma GmbH mit einem Medikament zur Behandlung von Endometriose auffallen. Immerhin warten viele Frauen im Durchschnitt rund sieben Jahre bis sie die Ursache ihrer Schmerzen erfahren – obwohl Endometriose eine der häufigsten Unterleibserkrankungen bei Frauen ist. Schuld daran sind stark variierende Symptome. Endometriose entsteht, wenn Zellen aus der Gebärmutter Schleimhaut außerhalb der Gebärmutterhöhle (Cavum uteri) wandern und dort wuchern. Zwar ist die Erkrankung gutartig, kann aber starke Schmerzen verursachen und gilt außerdem als wichtige Ursache für einen unerfüllten Kinderwunsch.

STÜRMER & DRÄNGER setzt beim Aristo Produktdesign auf Signalwirkung. Ein einfaches typographisches Schlüsselbild hätte bei dem sensiblen Thema nicht ausgereicht. „Wir brauchen ein klares und starkes Design, das unser Fachpublikum erinnert, Beschwerden wie beispielsweise starke Regelschmerzen nach tieferliegenden Ursachen zu erforschen“, sagt Robert Parnack von STÜRMER & DRÄNGER. Ein auffälliges Keyvisual und ein Branddesign mit moderner und dynamischer Gestaltung und frischen Farben sollen für die nötige Aufmerksamkeit sorgen. Grafikdesign und der visuelle Auftritt eines Unternehmens, beziehungsweise einer Marke, sind heute wichtiger denn je, weil dieses „Werkzeug“ die Emotionen anspricht und eher haften bleibt. Im Falle der Endometriose-Pille hat sich das 3-D-Keyvisual an behandelnde Ärzte und Gynäkologen gerichtet – nicht also an den Endkunden, der die Verpackung in der Apotheke kauft. Trotzdem war es wichtig, das Verpackungsdesign modern und ansprechend zu gestalten. „Frauen, die das Medikament nutzen, wollen keine anatomischen Darstellungen, die auf die Diagnose hinweisen – also keine Stigmatisierung“, erklärt Robert Parnack.

Pressekontakt:

Robert Parnack
Geschäftsführer
(030) 47 75 82 81

STÜRMER & DRÄNGER
Visuelle Kommunikation GmbH
Oranienstraße 183
10999 Berlin

r.parnack@stuermer-draenger.de
www.stuermer-draenger.de

Weiteres Pressematerial:

www.stuermer-draenger.de/presse