

10



MARKETING  
DEUTSCHLAND

Parmapharm

## Kunterbunte Werbeoffensive

Der Apothekenverbund „Gesund ist bunt“ geht Ende September auf Kundenfang.

**Maßnahmen**  
Die Apotheken-Kooperation startet in den kommenden Wochen eine großangelegte Werbekampagne.



Mit B-to-C- (rechts) und B-to-B-Anzeigen wirbt die Kooperation ab dem 24. September.



Das Apotheken-Netzwerk **Parmapharm** startet eine neue Marketingoffensive. Hierzu fährt das Konglomerat ab Ende September unter dem Motto „Ich bin bunt“ eine großangelegte B-to-C- und B-to-B-Werbekampagne. Mit der Kreation will die Kooperation neue Apotheker als Mitglieder gewinnen und den Endverbraucher auf die „Gesund ist bunt“-Philosophie aufmerksam machen.

Laut Parmapharm ist die Philosophie eine hohe, kundenorientierte Servicementalität

und vereint pharmazeutische Professionalität mit Gastfreundschaft und Persönlichkeit. Mit der Image-Kampagne geht eine Neuausrichtung der Marke „Gesund ist bunt“ einher. Die Kooperation will stärker auf Vielfalt und Individualität der einzelnen Apotheken setzen. Die von der Hamburger Werbeagentur **Acrobat** entwickelten Motive erscheinen ab 24. September in Fachmedien wie der Deutschen Apotheker-Zeitung und in auflagenstarken Publikumszeitschriften wie dem Stern. Zudem wird die Kampagne online gefahren. Begleitet wird die Werbekampagne von PR-Aktionen der früheren Springer & Jacoby-Partneragentur **Publicnews**, Hamburg.

Die 1994 gegründete Parmapharm ist eine der führenden unabhängigen Apotheken-Kooperationen in Deutschland und zu 100 Prozent im Besitz der beteiligten Apotheker. Seit 2003 präsentieren sich die Mitglieder unter der gemeinsamen Marke „Gesund ist bunt“. Die Bielefelder Parmapharm-Zentrale übernimmt für die Mitglieder unter anderem die Koordination und Organisation von Marketing, Einkauf und Vertrieb. Die Kooperation ist ein Zusammenschluss von über 550 Apotheken.

fze