

Presseinformation

### Neue antwerpes Kampagne für Desitin

## Was muss sein – und was nicht?

**Köln, September 2018. „Voll auf Emotion“ gehen die Kölner „Creative Creatures“ von antwerpes in der neuen Anzeigenkampagne für das Produkt glux® von Desitin. Sie greift den Zwiespalt, dem medizinische Fachkräfte im Bereich Neonatologie, Gynäkologie und Pädiatrie tagtäglich begegnen, mit emotionaler Visualisierung und einem schlichten Slogan auf: „Optimale Versorgung muss sein. Schmerz nicht.“ Ziel der Kampagne: Für das Thema sensibilisieren und der Fachzielgruppe aufzeigen, dass es Alternativen gibt.**

Auch an Ärzten geht es nicht spurlos vorüber, wenn ihre Patienten Schmerzen erleiden müssen, besonders wenn es Früh- oder Neugeborene sind. Aber bestimmte Maßnahmen müssen in bestimmten Situationen ergriffen werden. Ein packender Side-by-Side-Ansatz greift dieses Dilemma auf und bildet die Basis der Awareness-Kampagne für glux®. Behandlungsinstrumenten, die Schmerzen hervorrufen können, stehen auf visueller Ebene einem zufrieden schlafenden Säugling – gerade mal doppelt so groß wie die Zange – gegenüber. Mit dieser sachlich-emotionalen Kombination wecken die „Creats“ von antwerpes Gefühle. Klare Message: Es gibt eine Lösung Schmerzen zu vermindern.

„Wir wollen das Bewusstsein für das Thema Schmerz bei der Behandlung von Frühgeborenen und Säuglingen stärken. antwerpes hat mit diesem gefühlsbetonten Ansatz für uns genau ins Schwarze getroffen – die Anzeige ist auf das Wesentliche reduziert und transportiert prägnant die richtigen Emotionen“, so Sven Frohard, Marketingleiter bei Desitin.

Um die Ärzte direkt anzusprechen, wurde die Kampagne nicht nur als Anzeige umgesetzt, sondern von digitalen Maßnahmen flankiert.

## Presseinformation

Bildmaterial:



**Optimale Versorgung muss sein.**

Häufige Schmerzinteraktionen können die Hirndurchblutung vermindern<sup>1</sup> und langfristig die Schmerzschwelle senken.<sup>2,3</sup> Helfen Sie den kleinen Patienten und werden Sie aktiv gegen unnötige Schmerzempfindung.

1. Strassburg H. Early pain in premature infants. A model of long-term effects. Clinics in perinatology 2002; 29(3):375-94.  
2. Pines A, et al. Does neonatal sensory input increase pain sensitivity in later childhood? Pain 2008; 142:444-454.  
3. Harrison C, et al. Long-term alteration of pain sensitivity in school-aged children with early pain experiences. Pain 2008; 139(3):259-69.  
4. Porter N, et al. Long-term effects of pain in infants. J Dev Behav Pediatr 1999; 20(2):263-47

**Schmerz nicht.**

**glux<sup>®</sup>**

**glux<sup>®</sup>**, die Glukose-Lösung zur Ablenkung vom Schmerz

- Lindert die Schmerzempfindung<sup>4</sup>
- Bequemer Transport in der Kitteltasche, einfache Gabe mit gebrauchsfertigen Ampullen
- Sicher anwendbar bei Fructose-Unverträglichkeit, ungekühlt steril und 24 Monate haltbar

Jetzt bestellen unter [glux@desitin.de](http://glux@desitin.de)

glux<sup>®</sup> ist ein Medizinprodukt Klasse 15

**DESITIN**  
FRANZOSEN

BU: Zwei Seiten, eine Meinung: Versorgung muss sein, Schmerzen nicht.

### antwerpes ag

antwerpes entwickelt kreative Kommunikationskonzepte für den Healthcaremarkt. Die Kölner Agentur hat sich dabei zum Ziel gesetzt, ihren Kunden innovative Lösungen aus einer Hand zu bieten. Die antwerpes ag beschäftigt rund 135 Mitarbeiter und gehört zur DocCheck Gruppe.

### Pressekontakt

antwerpes ag  
Tatjana von Weymarn  
Vogelsanger Str. 66, 50823 Köln  
Telefon: +49-221-92053-525  
E-Mail: [presse@antwerpes.com](mailto:presse@antwerpes.com)

<http://www.antwerpes.com>