



Mundipharma gibt flutiform-Etat an comunique



Der neue flutiform-Auftritt vom comunique: Der Claim macht den Marken-Namen zum Produkt-Versprechen (Foto: comunique)

Szene: Einfache Anwendung, hohe Lungendeposition, klinisch verbesserte Asthmakontrolle.

"Besonders wichtig war uns, das bereits aufgebaute gute Image von flutiform in die neue Kampagne mitzunehmen und trotzdem die Marke ganz neu aufzuladen, damit flutiform ab jetzt besser in den Köpfen (und Herzen) der Zielgruppe verankert wird", erklärt Agentur-GF Wurm den neuen Werbe-Auftritt.

Im Pitch um den Etat des Asthma-Präparates flutiform hat sich die Kölner Agentur comunique gegen die Konkurrenz durchgesetzt. Das Team um comunique-Geschäftsführerin Dr. Britta Wurm erhielt von der Mundipharma AG mit Hauptsitz in Limburg den Zuschlag für den Marken-Relaunch. Die neue, von comunique kreierte flutiform-Kampagne geht in diesen Tagen an den Start.

Mit der verbalen Dach-Idee 'Ich bin in flutiform' hat das comunique-Team den Nagel auf den Kopf getroffen. Denn dieser Claim verknüpft den Produkt-Namen mit der Produkt-Leistung. Der Auftraggeber war von Anfang an von dieser Claim-Idee begeistert, ist aus dem Hause comunique zu hören.

Testimonials mit hoher Ausstrahlung vermitteln klar und unmissverständlich die Botschaft: mit flutiform realisieren Asthmatiker eine neue Dimension ihrer Lebensfreude. Emotional und aufmerksamkeitsstark setzt die neue Kampagne laut Agentur das Produkt-Profil von flutiform in

[zurück](#)

[Druckansicht](#)

(ps) 16.03.2016

[Artikel empfehlen](#)

- [Tweethttp://www.healthcaremarketing.eu/kommunikation/detail.php?nr=40918&rubric=Kommunikation](http://www.healthcaremarketing.eu/kommunikation/detail.php?nr=40918&rubric=Kommunikation)>Tweet

- **Teilen**

