



DIE JÄGER BRINGEN NESTLÉ HEALTH SCIENCE IN DIE APOTHEKE



Nestlé Health Science führt im November bundesweit in Apotheken die Informationsoffensive „Wochen der Darmgesundheit“ durch. Die Öffentlichkeit soll so auf das Problem der Unterversorgung mit Ballaststoffen, seiner negativen Folgen und mögliche Lösungswege aufmerksam gemacht werden. Die Nestlé-Tochter mit Deutschland-sitz in Frankfurt hat die Jäger von Röckersbühl mit der Umsetzung am PoS beauftragt. Die Agentur unterstützt Nestlé Health Science seit 2016 bei der Markteinführung des Consumer Care-Produkt-portfolios.

Die Kampagne will nicht nur über Darmgesundheit aufklären, sondern bewirbt zugleich das Ballaststoffpräparat Optifibre. Die Apothekenmaterialien orientieren sich am Design des Produkts. Zum Maßnahmenpaket gehören Plakate, Flyer und ein HV-Dispenser, zusätzlich werden Anzeigen in zielgruppenrelevanten Printmedien geschaltet. Zur Unterstützung der Beratungskompetenz schult Nestlé Health Science die Fachkreise zum Thema.

[Hier gehts zum Originalartikel](#)