

## Pharmazeutische Produktion (II)

Werbung – Verpackung

Volker Küster

Die Pharmazeutische Werbung ist unter zwei Aspekten zu sehen, einmal handelt es sich um die Werbung für das Produkt beim Konsumenten – produktbezogen –, zum anderen um Werbung für den Betrieb – unternehmensbezogen. Befragungen ergaben, daß beim Verbraucher der Name des Pharmaka-Produzenten selten bekannt ist, hier dominiert produktbezogene Werbung. Beim Arzt kann jedoch das Ansehen des Herstellers, unabhängig von der Bewertung der Präparate, entscheidende Bedeutung haben. Dem unternehmensbezogenen Aspekt der Werbung wird in den kapitalistischen Ländern deshalb in den letzten Jahren mehr Aufmerksamkeit geschenkt, weil dem Absatz neuer Präparate aus dem außerordentlichen Umfang des Angebots an Arzneispezialitäten Schwierigkeiten erwachsen. Auch in der DDR müssen wir uns damit vertraut machen, falls wir mit Erfolg exportieren wollen. Die Aufgabe des Werbegestalters ist es, eine Ausdrucksform zu finden, die dem betreffenden Firmencharakter entspricht.

Wie nahe Verhaltensweisen von Ärzten und Verbrauchern sind, zeigt die gleichartige Reaktion auf einen Test, der 1960 in den USA durchgeführt wurde und bei dem zwei Vitaminpräparate zur Auswahl standen.<sup>3</sup> Ein Präparat hatte Tablettencharakter, das andere bestand aus Weich-Gelatine-Kapseln. Während der Name bei der Auswertung des Testes keine Bevorzugung des einen oder anderen Präparates erkennen ließ, war sie bei den Darreichungsformen gravierend. 69% der Testpersonen entschieden sich für Weich-Gelatine-Kapseln, 28% für die Tabletten, 3% gaben keiner den Vorzug. Aus der Sicht der befragten Laien und Ärzte (bei diesen reflektorisch bedingt) lagen die Vorzüge der Kapseln in erster Linie im Aussehen und der leichten Schluckbarkeit.

Eine Übersicht der Mittel, die der pharmazeutischen Werbung zur Verfügung stehen, unterteilt nach Ärzte- und Verbraucherwerbung, zeigt eine erstaunliche Vielfalt der Möglichkeiten.<sup>4</sup>

Werbemittel für	Ärzte	Verbraucher
Anzeigen	+	+
Rundfunk		+
Fernsehen		+
Bogenanschlag		+
Werbedrucke		+
Werbeschreiben		+
Schaufenster		+
Leuchtwerbemittel		+
Verkaufshilfen		+
Warenproben	+	+
Spezialitätenpackungen	+	+
Werbefilme	+	
Werbegeschenke	+	
Wissenschaftliche Arbeiten	+	
Wissenschaftlicher Außendienst	+	
Ausstellungen	+	