

ratiopharm fährt Straßenbahn

Gewista bewirbt via Transport Media-Out of Home-Mediamix Gesundheitskampagne.

WIEN. „ratiopharm – Gute Preise. Gute Besserung.“ ist für den Außenwerber Gewista „einer der bekanntesten Claims im deutschsprachigen Raum und genießt Kultstatus“, teilt das Unternehmen mit.

Die Marke ratiopharm ist seit 1958 – damals noch Ludwig Merckle GmbH – am österreichischen Pharmamarkt vertreten.

Branding im Stadtbild

Jetzt bewirbt das Unternehmen via eines Gewista Transport Media-Out of Home Me-

diamixes seine Kampagne zum Thema Frauengesundheit und die Produkte dazu. Die Wiener Niederflurstraßenbahnen ULF und U-Bahn-Brandings zählen zu den beliebtesten Transport Media-Werbeformen und sind farbenfroher Bestandteil des Stadtbilds.

„ratiopharm nutzt nun die fahrenden Sympathieträger mittels Folienbrandings für seine aktuelle Frauengesundheits-Kampagne. Die Produktpalette von ratiopharm wird rund um weibliche Testimonials auf Sujets in Szene gesetzt“, erklärt



© Gewista

Kampagne

Gewista bewirbt mit einer Kampagne im öffentlichen Raum in Wien für ratiopharm das Thema Frauengesundheit.

Gewista-CSO Andrea Groh die Zusammenarbeit.

Breites Angebot

Am Standort Österreich ist das Unternehmen Teva/ratiopharm auf den Vertrieb von Generika, forschungsintensiven Biologics, Originalpräparaten sowie OTC-Produkten spezialisiert. Das Sortiment deckt nahezu alle Anwendungsgebiete ab und ist eines der größten und umfang-

reichsten am österreichischen Markt und hat zuletzt, wie berichtet, auch eine Apotheken-Kampagne gestartet.

„Transport Media-Werbeformen“, betont Groh, „bieten eine eindrucksvolle werbliche Präsenz, die in Summe täglich Tausende Passanten erreicht und nachhaltig in Erinnerung bleibt. Wir freuen uns, dass ratiopharm zur Bewerbung seiner Kampagne auf die Gewista setzt.“ (red)

Noch mehr Know-how

Der VPA frisst mit seinem Seminarprogramm Fachwissen auf und vermittelt Methoden und Techniken – am besten in den Schick Hotels!

WIEN. Der VPA (Verein für psychosoziale und psychotherapeutische Aus-, Fort- und Weiterbildung) organisiert hochwertige Aus-, Fort- und Weiterbildungen mit (inter-)national anerkannten Referenten nach dem letzten Stand der Wissenschaft. Darüber hinaus bietet der VPA auch noch eher unbekannten Referenten die Chance, ihr Wissen an einen interessierten Kreis weiterzugeben.

„Wir fördern generell die Vernetzung von Personen im psychotherapeutischen und/oder psychosozialen Bereich“, erklärt Vorstand Gabriele Thalhammer. „Dabei bemühen wir uns um ein Klima der Wertschätzung und nehmen natürlich Wünsche, Anliegen, Anregungen und Kritik der Seminarteilnehmer ernst.“

Auch mit anderen Aus-, Fort- und Weiterbildungseinrichtungen



© Schick Hotels Wien (2)

Im Schick Hotel Stefanie ...

im psychotherapeutischen und psychosozialen Bereich wird vertrauensvoll und wertschätzend zusammengearbeitet.

Der VPA übt seine Tätigkeit auf der Grundlage eines christlichen Menschenbilds aus. Der Verein, dessen Tätigkeit nicht auf Gewinn gerichtet ist, verfolgt aus-

schließlich gemeinnützige Ziele, die periodisch evaluiert bzw. reflektiert und allen Beteiligten kommuniziert werden.

Partner mit Know-how

Die Durchführung der Aus-, Fort- und Weiterbildungsseminare erfolgt mit höchstmöglicher Professionalität und bedarf daher entsprechender Rahmenbedingungen – ein hervorragendes Stichwort für den modernen Service und die höchste Qualität der Schick Hotels! Service, Know-how und Professionalität der Schick Hotels wissen die VPA-Repräsentanten daher sehr zu schätzen. Besonders das Schick Hotel Stefanie (Bilder) steht beim VPA im wahrsten Sinne des Wortes hoch im Kurs.

Und noch ein Punkt: Dank der Gemeinnützigkeit muss der VPA



... ist der VPA häufig zu Gast.

keine Rücklagen bilden und kann daher die Seminarkosten so niedrig wie möglich halten und Personen in einer psychotherapeutischen und/oder psychosozialen Ausbildung Vergünstigungen bieten ... Mehr Infos, weitere Tipps:

www.vpa.at
www.schick-hotels.com