Stress ist so individuell wie seine Ursachen

Bayer und Zum goldenen Hirschen zeigen zum Launch von Calmalaif® die Gesichter von Stress

Köln, 16. September. Zum goldenen Hirschen Köln setzt bei seiner neusten Kampagne für das pflanzliche Arzneimittel Calmalaif® von Bayer Vital da an, wo die Aussagen oft undifferenziert bleiben.

Stressbelastung, der Umgang mit dem Thema und seelische Gesundheit sind bis heute leider für viele weiterhin ein Tabuthema, obwohl es viele betrifft. Die richtige Herangehensweise ist dabei eine Herausforderung, denn man kann bei diesem sensiblen Thema in der Kommunikation ganz schnell daneben liegen.

Für ihre Vision „Empowering everyday health“ hat sich Bayer Vital die Hirschen zur Seite geholt, um das neue Produkt Calmalaif® zur Linderung von Stressbeschwerden im deutschen Markt zu launchen, aber auch darüber hinaus kommunikativ zu begleiten. Zum goldenen Hirschen hat bei der Umsetzung der integrierten Kampagne daraufgesetzt, bestehende Konventionen der Branche zu brechen, um mehr Relevanz für das Thema zu schaffen, insbesondere dahingehend, die Komplexität von Stress aufzuzeigen und nicht zu simplifizieren.

„Die Zusammenarbeit mit den Hirschen war sehr produktiv, flexibel und unkompliziert, wodurch auch ein komplexes Projekt wie dieses reibungslos und erfolgreich umgesetzt werden konnte,“ so Markus Frieler Brand Manager, Bayer Vital GmbH.

Der erste Spot der Hirschen für Bayer Vital zeigt drei unterschiedliche Gesichter von Stress auf verschiedensten Ebenen der Wahrnehmung. Die Gedankenstimmen der Protagonist:innen zeigen die tieferreichenden Auswirkungen, welche nicht auf den ersten Blick äußerlich erkennbar sind.
Der innere Druck, die Unruhe und die Erschöpfung der Personen zeigen deutlich, wie verschieden sich Überlastung äußern kann. Der intime Blick in die Köpfe der Menschen und deren Probleme ermöglicht es eine Bindung zu den Betrachter:innen aufzubauen.

Über das entwickelte Corporate Design der neuen Marke rund um das neue Produkt hinaus werden Kamapagnenmaßnahmen auf Medien wie TV, SoMe, Webseite, YouTube, Pinterest, POS + Print oder E-Commerce ausgespielt. Neben dem Spot werden noch weitere Cut-Downs und Versionen, Key Visuals und Bildwelten zu sehen sein.

„Wir sind sehr stolz auf das Endprodukt, vor allem, dass es uns gelungen ist, eine sensible Kommunikation zu entwickeln, die die Betroffenen emotional und verständig anspricht und sich dabei von bestehenden Angeboten abgrenzt” Durch die produktive Zusammenarbeit und die ganzheitliche Planung habe sich das Projekt unter idealen Bedingungen umsetzen und steuern lassen. “Wir sind außerdem wirklich begeistert von Bayer als Kunden, der ein ganzheitliches Denken in der Planung bis zur Exekution an den Tag legt, nicht nur die Umsetzung der Gewerke im Kopf hat und jederzeit offen für neue Vorschläge ist“, erklärt Marc Gruber, Account Director bei Zum goldenen Hirschen weiter.

Credits:
Bayer Vital GmbH
Markus Frieler, Brand Manager
Matthias Stuchly, Category Director

Zum goldenen Hirschen Köln
Marc Gruber, Account Director
Serge Przybyl, Account Manager
Ramon Scheffer, Creative Director
Emma Löker, Art Director
Martin Cornet, Senior Texter

Film Deluxe (Filmproduktion)
Christiana Miranda, Regie

Zum goldenen Hirschen ist die siebtgrößte inhabergeführte Agentur Deutschlands mit rund 340 Mitarbeiter:innen sowie über 80 Kunden an 7 Standorten. Seit der Gründung in 1995 sorgt die Agentur mit spektakulären und wirksamen Kampagnen für Aufsehen. Integrierte Teams aus Content-, Performance-, Social-, Strategie-, Werbe- und Digital-Experten decken das gesamte Feld der Kommunikation ab und entwickeln zielgenaue, kreative und disruptive Lösungen von hoher Relevanz und Wirksamkeit.

Weitere Informationen
Zum goldenen Hirschen
Anne Oloff, Senior Corporate Communications Manager
m: 0171-8129102
e: oloff@hirschen.de