

## Nahrungsergänzungsmittel Mucos Pharma tut was gegen depressive Verstimmung

Mucos Pharma hat im Juni den Launch des Produktes Plusepa gestartet, das über Apotheken vertrieben wird und gegen leicht depressive Verstimmungen helfen soll. Das Präparat, dessen doppeltes EPA-Wirkprinzip (essentielle Fettsäuren) durch US-Studien belegt sei, kommt dank Atrium Innovations nach Deutschland – das kanadische Unternehmen kaufte 2007 Mucos Pharma. Laut Dr. Karin Rüttgers, seit 2011 Managing Director der deutschen Tochter, steht vor dem Hintergrund heutiger Hektik und von Multitasking der Erhalt der Gesundheit bei der Vermarktung von Produkten im Vordergrund.

Atrium Innovations sei hier breit aufgestellt mit Nahrungsergänzungsmitteln wie Enzymen, Präbiotika und Multivitaminpräparaten. Plusepa ist in den USA in mehreren Indikationsfeldern zugelassen – von Depressionen über Herz-Kreislauferkrankungen bis hin zu ADHS. Das für Deutschland neue doppelte EPA-Wirkprinzip muss gegenüber Hausärzten und Apothekern bekannt gemacht werden. Die Entwicklung sämtlicher kommunikativer Mittel von der Verpackung über Anzeigen bis hin zu Tagungsmate-

rial hat Mucos ohne Pitch in die Hände der Krefelder Agentur Gams & Schrage gelegt, die das Unternehmen vor einigen Monaten im Wettbewerb als Neukunden gewann und seitdem Wobenzym betreut. „Die gedankliche Klammer der Range ist das Wort Well-being. Eine deutsche Kategorie zu benennen ist schwierig“, sagt



Mucos Pharma gibt komplette Launchmaßnahmen an Gams & Schrage

Agenturgeschäftsführerin Sabine Meusel über die Positionierung. Das Key-Visual des Smileys kommuniziere den Produktnutzen einfach, klar und reduziert und ist aufmerksamkeitsstark. Der Claim ‚Natürlich gut drauf‘ spiele auf die Verträglichkeit an. Die Headline ‚Der EPA-Effekt‘ mache neugierig, weil EPA weitgehend unbekannt sei, und impliziere die Wirksamkeit. Agentur-Kreativchef Tobias Becker: „Der Headlinezusatz ‚Bei Stimmungsschwankungen und Depressionen‘ ist an das Fachpublikum gerichtet. Sie definiert die Substanzklasse und Indikation. Beim Auftritt setzen wir aus gestalterischer Sicht auf klare Farben und Formen, die unsere Botschaft schnell, einfach und einleuchtend kommunizieren.“ Die Hauptrolle spiele die Farbe Gelb, die aus der Kapselfarbe abgeleitet die positive Wirkung ausstrahle. Frauen über 25 Jahre sind die Primärzielgruppe, da sie etwa doppelt so häufig betroffen sind wie Männer. Mucos-Produktmanager ist Moritz Monschau. (rk)



Mucos Pharma  
[www.mucos.de](http://www.mucos.de)