

Pressemeldung

+++ Sperrvermerk bis 16. September 2024, 12 Uhr +++

„Noch ganz dicht?“ – SENI startet einzigartige, provokative Werbekampagne

Bunt und lebendig lenkt SENI die nötige Aufmerksamkeit auf ein Thema, von dem in Deutschland 10 Millionen Menschen betroffen sind: Blasenschwäche

Biesenthal, 16. September 2024 – SENI, einer der führenden Anbieter für Inkontinenz- und Körperpflegeprodukte, zeigt sich in diesem Herbst mit der aufsehenerregenden Werbekampagne „Noch ganz dicht?“ erstmalig von seiner provokativen Seite. Bundesweit werden die auffälligen Werbeplakate mit bunten und neuartigen Motiven auf über 700 Großflächen zu sehen sein. Der Slogan ist bewusst doppeldeutig und spielt auf ein Thema an, das bei den 10 Millionen Betroffenen häufig sehr schambehaftet ist: Blasenschwäche. Mit der Kampagne möchte SENI in der Gesellschaft den Blick für dieses wichtige Gesundheitsthema schärfen und die Partner im Fachhandel unterstützen.

„Diesen Herbst wagen wir den Schritt und starten erstmals eine Werbekampagne mit einer leicht provokativen Ansprache“, verrät Piotr Daszynski, Geschäftsführer von TZMO Deutschland, dem Hersteller hinter der Marke SENI. „In Kombination mit den frischen Farben und den lebendigen Motiven sind wir uns sicher, genau den Nerv der Zeit zu treffen. Wir wollen den Betroffenen zeigen, dass Blasenschwäche kein Grund ist, sich zu schämen und zu Hause zu verstecken. Wir wollen ihnen Mut machen, offen mit dem Thema umzugehen – dann stehen die Chancen gut, dass andere es auch tun.“

Den Blickfang von „Noch ganz dicht?“ bilden die auffälligen Plakate auf über 700 Großflächen in ganz Deutschland. Flankiert wird die Kampagne von weiteren werbewirksamen Maßnahmen, darunter Plakatwerbung in den Sanitärräumen ausgewählter Raststätten (in Kooperation mit Sanifair) und Spots auf Wartezimmer TV in Arztpraxen der Allgemeinmedizin, Urologie und Gynäkologie. Als fachhandelstreue Marke sind die Inkontinenzprodukte von SENI in Apotheken, Sanitätshäusern und Onlineshops erhältlich. Daher erhalten Apotheken und Sanitätshäuser kostenloses Werbematerial, um die Kampagne in ihre Verkaufsräume zu tragen und ihre Kundschaft auf die Inkontinenzprodukte von SENI aufmerksam zu machen. Darüber hinaus werden redaktionelle, informative Ratgebertexte in unterschiedlichen Print- und Online-Medien platziert. So findet die Kampagne bundesweit in der Öffentlichkeit, im Fachhandel sowie in ausgewählten (Fach-)Zeitschriften und Magazinen statt. Als zentraler Punkt, an dem alle Maßnahmen zusammenlaufen, dient die Kampagnen-Webseite www.seni-nochganzdicht.de.

Pressemeldung

+++ Sperrvermerk bis 16. September 2024, 12 Uhr +++

Betroffene reden über ihre Blasenschwäche oft noch lieber im stillen Kämmerlein oder hinter vorgehaltener Hand. SENI möchte dazu beitragen, dass das nicht mehr nötig ist und die Gesellschaft offener wird im Umgang mit einem Leiden, das immerhin 10 Millionen Deutsche betrifft. Damit Betroffene eines Tages auf die Frage „Noch ganz dicht?“ lässig antworten: „Na klar, dank SENI.“

###

Dazugehöriges Bildmaterial finden Sie nachfolgend zum Download.

Bildquelle: SENI.

Bildunterschrift: Die beiden Kampagnenmotive in weiblicher und männlicher Version für die bundesweite Seni Werbekampagne „Noch ganz dicht?“ auf über 700 Großflächen.

Bild 1



Bild 2



Pressemeldung

+++ Sperrvermerk bis 16. September 2024, 12 Uhr +++

Bitte verwenden Sie im Rahmen Ihrer Berichterstattung bei Webseiten-Verweisen
www.seni-nochganzdicht.de

###

Über SENI

SENI ist eine der weltweit führenden Marken für Inkontinenz- und Körperpflegeprodukte. Mit einem vielfältigen Produktportfolio bietet SENI jedem Anwender das ideale Produkt für seine jeweilige Lebenssituation. Weiterhin ist SENI Partner der Pflegekräfte und des Fachhandels und unterstützt diese mit einem 360°-Rundumservice, der sowohl Schulungsprogramme als auch die Controlling Software SENIOMAT.NET und die Beratungssoftware OPTIMAT beinhaltet.

Die Marke SENI wurde 1999 von der Kapitalgruppe TZMO SA (Toruner Betriebe für Verbandstoffe) in Deutschland eingeführt und seitdem kontinuierlich um neue Produktgruppen ergänzt. Der Konzern mit Hauptsitz in Torun, Polen, ist führender europäischer Hersteller und Lieferant von Hygieneartikeln, Körperpflegeprodukten und medizinischen Produkten, sowohl für nationale als auch internationale Märkte.

Das Unternehmen TZMO wurde 1951 in Polen gegründet und beschäftigt heute über 8.200 Mitarbeiter in insgesamt 56 Niederlassungen in 18 Ländern. Mit seinen 15 Marken erreicht TZMO 80 Märkte auf der ganzen Welt und somit ein Drittel der Weltbevölkerung auf allen fünf Kontinenten.

###

Ihr Ansprechpartner für Presseanfragen

Stefanie Huisgen
ITMS Marketing GmbH
Frankfurter Landstr. 15
61231 Bad Nauheim

Stefanie.Huisgen@itms.com
+49 (0) 6032 / 3459-13
www.itms.com