

Presseinformation

## Lohmann & Rauscher stellt auf EXPOLIFE 2017 Arthrose-Kampagne vor

### **Erfolgreiches Content Marketing in der Patienten-Kommunikation**

***Rengsdorf/Wien, 2. Mai 2017 – Über das Produkt hinaus denken und den Partnern sowie Patienten einen Mehrwert bieten – das ist das Ziel von Content Marketing Kampagnen wie der „Aktiv – trotz Arthrose“ Kampagne von Lohmann & Rauscher (L&R). Das Konzept der Kampagne, das Inhalte und die individuellen Bedürfnisse der Kunden mit Arthrose-Leiden in den Mittelpunkt stellt, wurde am Freitag, 28. April 2017, im Rahmen eines Fachvortrags auf der EXPOLIFE 2017 in Kassel vorgestellt. Im direkten Anschluss an das Seminar bekamen die anwesenden Sanitätsfachhändler zusätzlich einen Einblick in die Therapie der Früharthrose mittels Aktivbandagen.***

Laut dem Robert-Koch-Institut leiden über fünf Millionen Menschen in Deutschland an Arthrose. Sie alle erhoffen sich neben der Linderung der Schmerzen eine Therapie, die ihren Bedürfnissen gerecht wird. Genau diese Bedürfnisse der Betroffenen stehen laut dem Kommunikationsexperten und Wissenschaftsjournalisten Michael Kömpf, Geschäftsführer der Agentur transQUER, im Mittelpunkt des neuen Content Marketing Konzepts von L&R. Im Rahmen eines Fachvortrags mit dem Titel „Raus aus der Schonhaltung! So helfen Sie Ihren Kunden bei Arthrose wirklich – Content Marketing für Ihr Patientengespräch“ erläuterte er am Beispiel der Kampagne, wie Content Marketing im Bereich der Patientenkommunikation erfolgreich eingesetzt werden kann und allen Akteuren – vom Arzt bis zum Sanitätsfachhändler – einen Mehrwert bietet. Ein Ziel dieser Herangehensweise ist es, allen Beteiligten im Gesundheitswesen hilfreiche Informationen und Materialien für die Kommunikation mit Patienten und Kunden zur Verfügung zu stellen. Erfolgreiche Content Marketing Strategien setzen bei den Bedürfnissen der Informationssuchenden an und bieten maßgeschneiderte Lösungen für die unterschiedlichsten Problemstellungen von Patienten. Besonders abgestimmt auf die Situation einer persönlichen Beratung im Fachhandel schaffen solche Materialien einen Mehrwert sowohl für Sanitätsfachhändler als auch für deren Kunden.

## **Hersteller als Problemlöser**

„Heutzutage ist es als Hersteller nicht nur wichtig, hochwertige Produkte zu liefern, sondern als Problemlöser allen an der Diagnose und Therapie beteiligten Akteuren beratend zur Seite zu stehen“, erläutert Axel Gundlach, Bandagen- und Orthesen-Spezialist im Marketing Niedergelassener Vertrieb bei L&R, die Ambitionen der Arthrose-Kampagne. „Bei Content Marketing Kampagnen wie „Aktiv – trotz Arthrose“ steht daher nicht das Produkt im Vordergrund. Vielmehr geht es darum, gezielt auf die individuellen Bedürfnisse der Kunden einzugehen, ihre verschiedenen Informationsbedürfnisse durch themengetriebene Kommunikation zu bedienen und eine Beratung über das Produkt hinaus anzubieten“, so Gundlach weiter.

Die Informationen sollen zunächst im persönlichen Gespräch mit dem Kunden vermittelt und schließlich über digitale Kanäle vertieft werden. L&R setzt bei der Kommunikation im Bereich Arthrose auf wertvolle Patienteninformationen und Geschichten, die zum einen online über den Blog [www.aktiv-trotz-arthrose.de](http://www.aktiv-trotz-arthrose.de) abrufbar sind und zum anderen über einen Patienten-Flyer verbreitet werden. Im Fokus steht dabei stets, dass die Informationen ansprechend aufbereitet sind, Emotionen wecken und einen klaren Nutzen und Mehrwert für den Patienten erkennen lassen.

## **Therapie der Früharthrose mit Aktivbandagen**

Einen Mehrwert für die bei der Kampagnen-Vorstellung anwesenden Sanitätsfachhändler, hatte der an den Vortrag anschließende Einblick in die Therapie der Früharthrose durch Aktivbandagen. Nach der internationalen Leitlinie EULAR Guidelines 2016 können Aktivbandagen für eine Entlastung des Gelenks und eine Förderung der Gelenkbewegung förderlich sein und im fortgeschrittenen Stadium die Zeit bis zur Gelenkersatz-OP überbrücken. In jedem Fall trage ein hoher Bandagenkomfort dazu bei, dass sich der Patient mit seiner Bandagentherapie wohlfühlt, so Gundlach. Speziell die L&R Bandagen und Orthesen des „Comfort“-Segments von Cellacare® und somit Themen rund um die Entlastungswirkung für das Gelenk stehen im Zentrum der Kommunikation durch die Content Marketing Kampagne.



### **Neue CME-Schulung zu Kapsel-Band-Verletzungen der Sprunggelenke**

Auch die Unterstützung der Fachärzte ist L&R ein Anliegen. Da jährlich etwa eine Millionen Sprunggelenksdistorsionen gezählt werden, ist die zeitgemäße Behandlung der Verletzung besonders für Orthopäden und Chirurgen wichtig und interessant. Daher bietet L&R eine zertifizierte CME-Schulung mit zwei Modulen zu diesem Thema an, mit der Fachärzte bis zu drei Fortbildungspunkte je Modul generieren können.

### **Schnelle Orientierung dank Bandagen- & Orthesen-App**

Einen Mehrwert für alle Akteure, vom Patienten bis zum Sanitätsfachhändler, bietet L&R mit der Bandagen- & Orthesen-App. Sie dient als digitaler Produkt-Guide und bietet dem Nutzer alle wichtigen Informationen auf einen Blick. Alle Produkte sind hier indikationsbezogen dargestellt und auch Hilfe bei der entsprechenden Verschreibung wird geboten.

### **Lohmann & Rauscher**

Lohmann & Rauscher (L&R) ist ein international führender Anbieter von erstklassigen Medizin- und Hygieneprodukten höchster Qualität – vom klassischen Verbandstoff bis zum modernen Therapie- und Pflegesystem. 1998 aus den beiden Unternehmen Lohmann (gegründet 1851) und Rauscher (gegründet 1899) entstanden, verfügt L&R über mehr als 160 Jahre Kompetenz als zuverlässiger Problemlöser für seine Kunden. Mit 4.600 Mitarbeitern, 44 Konzerngesellschaften und Beteiligungen sowie mehr als 130 ausgewählten Partnern ist L&R in allen wichtigen Märkten der Welt vertreten und verzeichnete 2016 ein Umsatzvolumen von 589,7 Millionen Euro. L&R Standorte mit Headquarter-Funktion sind Rengsdorf (Deutschland) und Wien (Österreich).

### **Weitere Informationen zu Lohmann & Rauscher (L&R) unter:**

[www.lohmann-rauscher.com](http://www.lohmann-rauscher.com)

### **Weitere Informationen für Patienten zu Arthrose unter:**

[www.aktiv-trotz-arthrose.de](http://www.aktiv-trotz-arthrose.de)

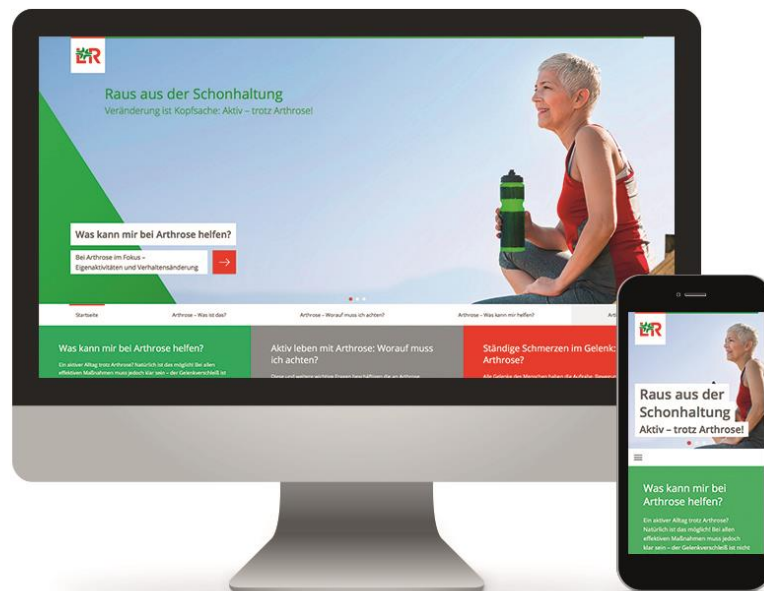
Abdruck honorarfrei – Belegexemplar erbeten

**Pressekontakt:**

Lohmann & Rauscher International GmbH & Co. KG  
Public Relations  
Sabrina Klein  
Johann-Schorsch-Gasse 4 | 1140 Wien  
Tel.: +43 1 57670-386 | Fax DW: 9386  
E-Mail: [Sabrina.Klein@at.LRmed.com](mailto:Sabrina.Klein@at.LRmed.com)  
[www.lohmann-rauscher.com](http://www.lohmann-rauscher.com)

**Bildmaterial:**

**Bildquelle:** Lohmann & Rauscher International GmbH & Co. KG



**Bildunterschrift:** Auf dem Blog [www.aktiv-trotz-arthrose.de](http://www.aktiv-trotz-arthrose.de) finden Patienten hilfreiche Informationen rund um das Thema Arthrose.



**Bildunterschrift:** Im Rahmen seines Fachvortrags erläuterte Kommunikationsexperte und Wissenschaftsjournalist Michael Kömpf am Beispiel der L&R Kampagne „Aktiv – trotz Arthrose“ wie Content Marketing im Bereich Patientenkommunikation erfolgreich eingesetzt werden kann.



**Bildunterschrift:** Der Messestand von L&R auf der EXPOLIFE 2017 in Kassel.