

# HEALTHCARE MARKETING

Das Fachmagazin für Gesundheitsmarken

Anti-Aging

## Elasten: Gut gewappnet gegen Nachahmer



Foto: Quiris

*Autor: Hauke Thoma, CEO und Gründer von Quiris Healthcare, Gütersloh*

Mit dem Erfolg von Elasten war es nur eine Frage der Zeit, bis Wettbewerber auf den Markt kamen. Wir sehen das entspannt. Die Mehrzahl der Produkte verfügt über keine medizinische Datenlage. Es sind Trittbrettfahrer, die teilweise in Kosmetikketten und Großmärkten vertrieben werden. Hinter unserem Original steht ein langfristiges

Konzept, das wissenschaftliche und marketingtechnische Überlegungen verbindet. Elasten ist das einzige Trink-Kollagen mit produktspezifischen Studien zur Wirksamkeit und Verträglichkeit. Dass wir damit den richtigen Weg eingeschlagen haben, zeigt sich auch daran, dass wir 2019 mit dem Prix de Beauté, dem Oscar der Beauty Branche in der Kategorie ‚Anti Aging‘ ausgezeichnet wurden. Weiterhin sind wir für den Gala Spa Award nominiert. Auch international findet unser Produkt Anklang – von Ende Januar bis Anfang Februar dieses Jahres präsentierten wir uns einem internationalen Fachpublikum bei den IMCAS (International Master Course on Aging Science) in Paris.

Unsere Werbung richtet sich an den Verbraucher und Apothekerkunden. Wir verstehen uns als Partner der Apotheke und vertrauen auf die kompetente Beratung, daher werden alle unsere Produkte exklusiv über die Apotheke vertrieben. Dieser Ansatz hat zu einem großen Erfolg geführt. Unser TV-Spot mit internationalen Models sowie die Präsenz auf medizinisch-kosmetischen Kongressen und gezielte Verbraucherwerbung sind ebenfalls Teil unseres Marketing-Mixes. Darüber hinaus haben wir auch prominente Fans wie die TV-Moderatorin Frauke Ludwig. Sie hat unser Trink-Kollagen für sechs Monate getestet und verleiht der Marke seitdem ihr Gesicht.