



1. Platz: Hansaplast Sensitive Kids ..... 26,5%
2. Platz: Hansaplast Sensitive dunkel..... 14,6%
3. Platz: Qinao Passion..... 10,3%



**IT MATTERS.** Platz 2 geht ebenfalls an eine Design-Variante – allerdings an eine, die gesellschaftlich sehr relevant ist. Die Pflaster „Hansaplast Sensitive“ sind seit diesem Jahr nämlich nicht mehr nur in jenem Hautton erhältlich, den wir als „Hautfarben“ gelernt und ver-

„Wir freuen uns sehr über die beiden Platzierungen und möchten uns bei unseren Kunden für ihr Vertrauen bedanken!“

Alina Zügner-Schindler,  
Business Unit Head Health Care AT & EE Beiersdorf

innerlicht haben, sondern zusätzlich in zwei weiteren Hauttönen. Schließlich ist die Welt bunter als es Pflaster bisher dargestellt haben. Das befürworten die Verbraucher: Dark Thumbs up für diesen Launch! Zügner-Schindler: „Wir freuen uns sehr über die beiden Platzierungen und möchten uns bei unseren Kunden für ihr Vertrauen bedanken!“

**LEIDENSCHAFTLICH.** Sexuelles Wohlbefinden ist wichtig, allerdings kann die Lust angesichts belastender Situationen, Stress oder anderer Einflüsse auch einmal abhandenkommen. Mit „Qinao Passion“ in den Varianten „Male“ und „Female“ steht ein Produkt zur Verfügung, das mit natürlichen Wirkstoffen (etwa Bockshornklee, Rosenwurz, Vita-

„Der Umsatz konnte bereits um 74% gesteigert werden. Das Produkt gilt bei den Konsumenten als bevorzugter Problemlöser bei sexueller Unlust.“

Maximiliane Staiger, Marketing Managerin R-Pharm Germany

min B6, Zink, Proteine und Selen) dabei hilft wieder in Laune zu kommen. Bisher ist „Qinao Passion“ nur im Online-Vertrieb erhältlich, dort allerdings mit Erfolg, wie Maximiliane Staiger, Marketing Managerin R-Pharm Germany erzählt: „Der Umsatz konnte bereits im ersten Lancierungs-Quartal in Österreich um 74% gesteigert werden. Das Produkt gilt bei den Konsumenten als bevorzugter und durch wissenschaftliche Studien verifizierter Problemlöser bei sexueller Unlust.

Was heute so gut wie in jedem Haushalt einen Fixplatz im Medikamenten-Schrank hat, war 1922 eine sensationelle Weltneuheit: „Hansaplast“ war das erste Pflaster mit Mullaufgabe. Seither können offene Wunden einfach und sauber mit „Hansaplast“-Pflastern versorgt werden. Die Marke sorgt bis heute regelmäßig für innovative Varianten – von wasserfest, elastisch, extra robust, für sensible Haut, Wärmepflaster, Fußpflaster oder Fußpflegeprodukte – die Produktpalette wächst stetig. Außerdem lässt man sich aber auch immer wieder etwas hinsichtlich der Optik der Produkte einfallen. Heuer haben gleich zwei dieser Varianten die befragten Verbraucher überzeugt – die best launches in Gold und in Silber in der Kategorie „Gesundheit“ gehen daher an „Hansaplast“.

„Unsere ‚Sensitive Kids‘-Pflaster spenden Trost und verwandeln Tränen ganz schnell wieder in ein Lächeln.“

Alina Zügner-Schindler,  
Business Unit Head Health Care AT & EE Beiersdorf

**TRÖSTLICH.** Auf dem 1. Platz landet „Hansaplast Sensitive Kids“ in einer fröhlich bunten Aufmachung. Alina Zügner-Schindler, Business Unit Head Health Care AT & EE Beiersdorf: „Unsere ‚Sensitive Kids‘-Pflaster sind die ersten Sensitive-Pflaster für Kinder am Markt. Sie eignen sich besonders für empfindliche Kinderhaut und mit den fröhlichen Tiermotiven spenden sie Trost und verwandeln so Tränen ganz schnell wieder in ein Lächeln.“