

Online-Kampagne für die Schönheit

Ästhetische und plastische Chirurgie setzt auf Onlinewerbung: Privatklinik proaesthetic startet mit Online-Vermarkter und Digital-Marketing-Spezialist up-value erstmals massive Kampagne

Heidelberg, Mai 2014. „Wer erfolgreich bleiben und neue Kunden gewinnen will, muss werben. Vor allem dann, wenn das Geschäft gut läuft“, sagt Reiner Uebing. Diese Erkenntnis wäre an sich nicht neu, interessant ist jedoch der Absender: Der Manager ist Geschäftsführender Gesellschafter der Heidelberger Klinik proaesthetic. Die vom Deutschen Institut für Service-Qualität ausgezeichnete Privatklinik am renommierten Medizinstandort Heidelberg zählt zu den Top-Kliniken für kosmetische und plastische Chirurgie und hat seit 1993 bereits über 40.000 Behandlungen durchgeführt.

Mit dem Ziel, Neukunden und weitere Marktanteile zu gewinnen, startet das Unternehmen mit Unterstützung des internationalen digital Marketing AdNetworks up-value ab sofort eine umfangreiche Onlinekampagne im Bereich der plastischen und kosmetischen Chirurgie. Die von Art Design konzipierte Kampagne, soll mit Click-starken Werbemitteln vor allem Frauen Mitte 20 und Männer ansprechen. „Wir möchten verstärkt die Normalbürger erreichen, die sich zunehmend dazu entschließen, der Natur in dem einen oder anderen Fall nachzuhelfen. Die Motivation folgt weniger einem ungesunden Schönheitswahn, den wir ablehnen! Am Ende geht es bei den populärsten Maßnahmen wie Brustkorrekturen, Fettabsaugung, Lidkorrekturen, Eigenhaartransplantation und Zahnästhetik um Wohlfühlen und die Steigerung des Selbstbewusstseins. Dabei ist es unbedingt erforderlich, sich von spezialisierten Fachärzten beraten und behandeln zu lassen und nicht auf Lockangebote von Billig-Anbietern reinzufallen“, betont Reiner Uebing.

Die bundesweite Kampagne wird daher vor allem in reichweitenstarken Lifestyle-Umfeldern geschaltet und gibt den potenziellen Kunden die Möglichkeit, sich individuell zu informieren. Uebing: „Die ästhetische Chirurgie ist zunehmend anerkannt, dennoch möchten sich unsere Kunden kein Schild um den Hals hängen, dass Sie sich zu einem Eingriff entschlossen haben.“ Da viele Patienten nicht nur aus Deutschland kommen, will proaesthetic in künftigen Flights das internationale Netzwerk von up-value nutzen und die Kampagne ausweiten.

Kubilay Oezdemir, Geschäftsführer up-value: „Es ist ein positives Zeichen für die gesamte Online-Werbebranche, dass sich ein international renommiertes Unternehmen wie die Heidelberger Klinik proaesthetic zu dieser Werbekampagne entschließt. Als Spezialisten für digitales Marketing haben wir daher eine besonders schöne Kampagne konzipiert.“

Pressekontakt, Bilder und weitere Informationen:

Boris Udina
adOne media GmbH
Implerstr. 11
81371 München

Tel: +49 | 89 | 171 192 39-6
Fax: +49 | 89 | 171 192 39-3
E-Mail: udina@adone.de

Über up-value: Die up-value GmbH ist ein internationales digital Marketing AdNetwork mit Standorten in Deutschland Heidelberg, Köln und Düsseldorf. Das Unternehmen der STRÖER-Gruppe vermarktet Werbeflächen auf Premium Webseiten mit hoher Reichweite. Im Rahmen von Display-, Video- und Mobile-Werbung konzipiert up-value zielgenaue und optimierte Werbekampagnen und führt diese für Werbeagenturen und Advertiser erfolgreich durch. Schlüssel der hohen Reichweite sind feste Partnerschaften mit hochwertigen Publishern und direkte Anschlüsse an weltweit agierende Adxchanges sowie eine hausinterne, automatisierte Handelsbörse.