



Presseinformation

Ogilvy Healthworld dominiert COMPRIX 2010 – Kreativwettbewerb für innovative Healthcare- Kommunikation

Am 23. April wurden die Sieger des COMPRIX, dem bei Pharmawerbern und ihren Kunden begehrten Preis für innovative Healthcare-Kommunikation, in Köln bekannt gegeben.

Eindeutiger Gewinner des Jahres war Ogilvy Healthworld Frankfurt. Das Team der „Besten Healthcare-Kreativagentur“ (Sonder-COMPRIX in Gold 2008) konnte gleich acht Trophäen in Empfang nehmen, fünf mehr als die auf Platz 2 folgende Agentur.

Nachdem die Axura-Kampagne für Merz Pharmaceuticals bereits im Vorjahr vier Awards einsammeln konnte, wurde sie 2010 von der 22köpfigen Fachjury wiederum für vier höchste Auszeichnungen auserkoren. Das hat es in der Geschichte dieser „Pharma-Olympiade“ noch nicht gegeben.

Ebenfalls vergoldet wurden die „Helden der Liebe“, Deutschlands mutigste und wohl spektakulärste DTC-Kampagne mit den emotionalen s/w-Motiven der Starfotografin Herlinde Koelbl.

Drei weitere Gold-Awards erhielten die Kreativarbeiten für ANAD e.V. und die Kampagne gegen illegalen Organhandel für die Internationale Gesellschaft für Menschenrechte (IGFM).

Wolf-Peter Witt, Managing Director von Ogilvy Healthworld Frankfurt und Comprix Juror, zeigt sich zweifach stolz: "Mit acht Gold Awards haben wir jeden dritten der diesjährigen Preise entgegennehmen können. Und unsere Hauptwettbewerber gingen leer aus. Das wird eine Legende!"

Hier finden Sie eine Zusammenschau aller Gewinnerarbeiten auf www.ogilvy.de (LINK auf Comprix-Award-Infoseite).