Gesundheit

Japan-Produkt Yakult wird Thema für Ofischer Communication

Yakult, Gesundheitsgetränk aus Japan, vergibt seinen PR-Etat an **Ofischer Communication**, Köln. Im Mittelpunkt der Arbeit steht die Aufklärung über die Wirkungsweise und den gesundheitlichen Nutzen von Yakult. Dafür bearbeitet das Team von **Oliver Fischer** General-Interest-Titel, Frauenzeitschriften, TV– und Gesundheitsmagazine sowie die Fachpresse. Hierbei sollen sich Pressemappen und -mitteilungen laut Fischer "an den jeweiligen Kenntnissen und Bedürfnissen der Journalisten" orientieren. Fischer: "Denn die Basis einer öffentlichkeitswirksamen PR-Kampagne ist eine maßgeschneiderte, integrierte Kommunikations-Strategie mit maximalem Serviceaspekt." Besonderen Wert legen Kunde und Agentur auf persönliche Kontakte. In Japan bereits seit über 40 Jahren unterwegs, sind sogenannte Yakult Ladys jetzt auch in Deutschland unterwegs - zunächst um Journalisten Hintergrundwissen zu vermitteln. Bei **Yakult Deutschland**, Neuss, verantwortet die neue PR-Ausrichtung **Irmtrud Wagner**, Leiterin Relation Management, Science und PR. Bei der 14-köpfigen Ofischer Communication (Gründung: 2001) gesellt sich das Unternehmen zu Kunden wie ING-DiBa, Basell Polyolefine, Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik, CMA und CruiseLive (Kreuzfahrtmesse, Veranstalter: Niedecken Medien Messe & Kongress GmbH).