

## Ranking der Agenturen mit Dental-Expertise

Orientierung im Agentur-Markt soll das neue Dental-Langzeit-Ranking geben. Es berücksichtigt alle Dental-Arbeiten, die seit 2012 einen Award gewonnen haben oder sich einen Platz unter den Finalisten sichern konnten, unabhängig von der Kategorie, in der sie eingereicht wurden. Dabei werden sowohl die Gold-Preise als auch die Shortlist-Platzierungen in Kreativpunkte umgerechnet. Die Ausweisung erfolgt nach Agenturgruppen. Das Langzeit-Ranking schafft einen Überblick über die Kontinuität der kreativen Leistungen der Agenturen, die beim Comprix Kampagnen für Dental- und Oral-Care-Kunden einreichen.

Serviceplan konnte zwar im Bereich Dental-Oral-Care noch keinen Gold-Award gewinnen, führt aber das Ranking mit insgesamt neun Shortlist-Platzierungen an. Allein 2016 landete die Münchener Agenturgruppe sechsmal mit der Kampagne „The Power ist your’s“ für die Mundspüllösung CB12 von Meda Pharma unter den Finalisten.

Mit zweimal Gold und vier Shortlist-Plätzen folgt Whitevision auf Rang 2. Die Karlsruher Agentur ist u.a. darauf spezialisiert, Zahnärzten einen unverwechselbaren Auftritt zu verschaffen, hat aber auch namhafte (Dental-)Unternehmen auf ihrer Kundenliste. Auf Platz 3 findet sich die Network-Agentur Publicis Pixelpark. Sie punktete beim Comprix 2017 und 2018 mit Arbeiten, die für Zirkonoxid und Intraorales Röntgen aus dem Hause Dentsply Sirona warben. Das Ranking wird von nun an jährlich aktualisiert. (kr)

Auf den folgenden Seiten stellen wir alle Sieger- und Finalisten-Cases 2019 vor

## Comprix-Langzeit-Ranking für Dental-Kampagnen seit 2012

Rang	Agentur	Sieger	Finalist	Kreativpunkte
1	Serviceplan gruppe/Serviceplan health & life		9	27
2	Whitevision	2	4	22
3	Publicis/Publicis Pixelpark	2	2	16
4	WEFRA		4	12
5	White & White	1	2	11
6	Mensch Kreativagentur	2		10
7	2k Kreativkonzept		3	9
7	Panama		3	9
8	Ogilvy Healthworld	1	1	8
8	Pfadfinder Kommunikation	1	1	8
8	Schmittgall Health/Tower 5/Leonhardt & Kern	1	1	8
11	Bruchmann, Schneider		2	6
11	it.x Informationssysteme		2	6
11	Peix Health Group		2	6
14	antwerpes	1		5
14	Freie Radikale	1		5
14	redroses communications	1		5
17	AnyEver		1	3
17	Denken Hilft (A)		1	3
17	Dentaid (inhouse)		1	3
17	fischerAppelt		1	3
17	Leo Burnett		1	3
17	Mutabor		1	3
17	Saatchi & Saatchi / Saatchi & Saatchi pro		1	3
17	Selinka/Schmitz		1	3
17	Spirit Link		1	3
17	Springer Medizin		1	3
17	v E&K Werbeagentur		1	3
17	X-Act		1	3
17	xmedias		1	3

Quelle: Comprix, eigene Berechnungen (alle Angaben ohne Gewähr)

Gold = 5 Punkte, Finalisten = 3 Punkte, Kreativpunkte = (Gold x 5) + (Finalist x 3)

© Dental Marketing 2019

Zum ersten Mal erstellt *Dental Marketing* ein Langzeitrating der Comprix-Awards, die seit 2012 für Dental-Kampagnen vergeben wurden. Hier fließen nicht nur die gewonnen Preise, sondern auch die Shortlist-Platzierungen ein. Aus beidem ergeben sich die Kreativpunkte.

### Comprix – Preis für kreative Healthcare-Kommunikation

Mit dem Preis für kreative Healthcare-Kommunikation werden Agenturen, Auftraggeber, Verlage und Berater im gesamten deutschsprachigen Raum prämiert. Ausgezeichnet werden ihre besten Kampagnen, Anzeigen, Radio- und TV-Spots, Online-, Multimedia- und andere Kommunikationsmaßnahmen im Bereich Healthcare. Der Comprix wird ausgerichtet vom Comprix-Beirat, zu dem der Deutsche Ärzteverlag und Springer Medizin sowie die Agenturen Brand Health, movendi, Schmidt-Bieber Communication, Schmittgall, Serviceplan Health & Life, Peix, Sudler & Hennessey sowie das Pharmaunternehmen Berlin-Chemie gehören. Als Leiterin der Comprix-Geschäftsstelle zeichnet Vera Richter verantwortlich. [www.comprix.de](http://www.comprix.de)



## Co-Evolution Summit 2018

### Agentur

Mutabor Brand Experience

Beratung: *Eva Dittberne*  
 Text: *Max Strasser*  
 Art: *Jonas Möllenbeck*

### Auftraggeber

Health AG

Produkt: *Héa - Co-Evolution Summit 2018*  
 Verantwortlich: *Diana Perez*

Am 14. September 2018 präsentierte die Health AG auf ihrem Co-Evolution Summit über 900 Besuchern „Neues vom digitalen Fortschritt“. Im Rahmen der solution.hamburg, Deutschlands größtem Digitalkongress, zeigte die Health AG mit ihrer digitalen Patient journey. Zahnmedizinern und Praxismitarbeitern, wie die Praxis der Zukunft aussieht und wie es gelingen kann, die Herausforderung Digitalisierung zu meistern.

In verschiedenen Talk-Formaten sprachen u.a. Trendforscher Prof. Peter Wippermann, Unternehmerin und Gründerin Tijen Onaran, Zahnarzt und Unternehmer Dr. Ismail Özkanli sowie der Star-gast Dr. Wladimir Klitschko. Parallel konnten in sechs Co-Evolution Labs mit unterschiedlichen Themenschwerpunkten Praxisinhaber und Teams ihre täglichen Herausforderungen im Umgang mit der Digitalisierung diskutieren und gemeinsam Lösungsansätze entwickeln.

Hier geht's zur Website



Hier geht's zum YouTube-Video



## Teneo - Zusammenspiel in Perfektion

### Agentur

Saatchi & Saatchi Pro

Beratung: *Christian Grandli*  
 Text: *Julia Trachternach*  
 Art: *Jörg Hohloch*  
 Creative Direction: *Konradin Resa*

### Auftraggeber

Dentsply Sirona

Produkt: *Teneo*  
 Verantwortlich: *Susanne Schmidinger (VP Global Brand Marketing & Clinical Affairs Equipment and Instruments)*

Mit der Bewerbung der Behandlungseinheit „Teneo“ sollte das Upselling gegenüber der hauseigenen Behandlungseinheit „Sinus“ oder vergleichbaren Produkten des Wettbewerbs bei Zahnärzten (vornehmlich Praxisinhabern) erreicht werden. Der Grundgedanke „Zusammenspiel in Perfektion“ sollte die Vorteile der Behandlungseinheit Teneo verdeutlichen. Über Analogien aus anderen Berufen, die jeweils abhängig sind von perfekt aufeinander abgestimmten Arbeitsgeräten, bekam der Vertrieb individuelle Einstiegsmöglichkeiten für ein Verkaufsgespräch.

Hier geht's zu den Teneo-Spots



Hier geht's zur Website

