

Hinter den Kulissen

Passend zur Erkältungszeit zeigt der neue Spot des Hustenmittels Prospan®, wie wichtig es ist, dass der **Husten** in unserem Alltag nicht alles im Griff hat – denn man kann sich ohne ihn viel besser auf die wichtigen Dinge des Lebens konzentrieren.



Wie ist es eigentlich, „wenn sich alles um Husten dreht“? Engelhard zeigt in seinem neuen Prospan®-Spot, was passiert, wenn einen der Husten erst einmal erwischt hat. „Dann kann es durchaus sein, dass uns die Dinge des Alltags buchstäblich um die Ohren fliegen“, erklärt Nadja Herres, Senior Brand Manager, die Idee hinter dem TV-Spot. Entsprechend macht der Werbefilm deutlich, wie es ist, wenn im Alltag nichts mehr so läuft, wie es eigentlich sollte: Der Husten hat die ProtagonistenInnen fest im Griff. Die schönen und wichtigen Dinge des Lebens, auf die man sich eigentlich konzentrieren sollte, rücken in den Hintergrund.

Idee und Konzeption In Bildern zeigt sich das folgendermaßen: Alex, 35 Jahre alt und junge Mutter, hustet – und um ihren Kopf drehen sich all die Dinge, die sie eigentlich gerne machen würde: Ob arbeiten, joggen oder andere Hobbys – nichts davon kann sie sich widmen, denn der Husten schränkt sie einfach zu sehr ein. Dann der Twist: Die Protagonistin nimmt Prospan® ein und kann so schneller wieder aktiv am Leben teilnehmen. Das zeigt sich auch visuell, denn der Wirbel stoppt, Alex schnappt sich einen der Gegenstände und der Husten hat keine Kontrolle mehr über ihr Leben.

„Aktiv am Leben teilzunehmen – das ist sowohl für die Patienten als auch die Fachkreise das Wichtigste. Entsprechend zeigen auch unsere ver-

© Valerie Lorenz / Engelhard Arzneimittel



schiedenen Protagonisten in unterschiedlichen Altersgruppen, was das für sie bedeutet“, so Herres. Neben Alex treten auch das sechsjährige Schulkind Nayla sowie der Geschäftsmann Rüdiger im TV-Spot auf. Sie alle zeigen, was ihnen wichtig und ohne Husten wieder möglich ist. „Für uns war es essenziell, diesen positiven Aspekt zu fokussieren. So zeigen die ProtagonistInnen auf sympathische, nahbare und vor allem emotionale Weise, wie wichtig es ist, sich nicht mehr eingeschränkt zu fühlen und nicht den Husten, sondern das Leben zu spüren“, fasst Herres die Leitidee des Spots zusammen.

Drehort mit besonderen Anforderungen Als deutsches Familienunternehmen war es Engelhard wichtig, auch im Sinne der Nachhaltigkeit einen lokalen Drehort innerhalb Deutschlands zu wählen. In Köln fand sich ein passendes Loft, welches für die Aufnahmen mit einer modernen Einrichtung ausgestattet wurde. Das Besondere an der Location: Die großen Fenster, die die Nutzung von natürlichem Licht ermöglichten und damit auch im Spot eine warme Atmosphäre schufen. „Natürlich dauert ein Drehtag länger als nur ein paar Stunden. Das bedeutet, dass wir auch abends das gleiche Licht wie am Morgen gewährleisten mussten“, gibt Katrin Schwarz, Junior Brand Manager, Einblick in den Drehtag. Dafür wurde der Raum

zum Abend hin über eine Hebebühne mit Schweinwerfen von außen beleuchtet. Die Lichttechniker hatten also alle Hände voll zu tun. „Für uns war es spannend zu sehen, wie die Szenen taghell wirken, obwohl es draußen stockdunkel ist, sobald man den Drehort verlassen hat“, so Schwarz weiter. Valerie Lorenz, Brand Manager, fügt hinzu: „Der Dreh eines TV-Spots ist immer aufregend und etwas ganz Besonderes. Die Idee und Konzeption für den Spot, die Location und die Darsteller – es gibt viel vorzubereiten und zu organisieren, bevor tatsächlich die erste Klappe fällt. Umso mehr freut man sich dann über das Ergebnis, das uns sehr gut gefällt.“ ■

Hier geht's zum Spot ...

