

# UCB & Amgen für Evenity®

UCB und Amgen nutzen hier das klassische Rolltreppenbild, um die zwei Richtungen darzustellen, in die das beworbene Medikament wirkt: für die Knochendichte soll es nach oben gehen, das Risiko für Knochenabbau wird gesenkt. Gleichzeitig ist hier ein kleiner Überraschungseffekt als kognitive Stimulanz eingebaut. Denn die beiden Rolltreppen sind unterschiedlich lang, heißt: Der medikamentöse Aufbau der Knochensubstanz übersteigt den altersbedingten Abbau. Groß im Vordergrund wird mit auffälligem roten Blazer außerdem gleich die Zielgruppe gezeigt, nämlich "postmenopausale" Frauen, die dank des Medikaments weiter aktiv am Leben teilnehmen können. Das symbolisiert die Bahnhofsatmosphäre mit dem dynamisch dargestellten Zug.

[illegible]

## FaktenSchmied-Fazit:

Dieser Zug ist noch nicht abgefahren.