



The real words will be written once you have approved the headline. Rest assured, the words will

This is not the headli

This, of course, is not the real copy for this advertisement. The real words will be

This, of course, is not the real copy for this advertisement. The real words will be written once you have approved the headline. Rest assured, the words will expand the concept. With clarity. Conviction. And even a little wit. Because in today's competitive marketing environment, the body copy of your advertisement must lead the reader through a series of disarmingly simple thoughts. All your supporting arguments must be communicated with simplicity and charm.

This is not the real subhead for this advertisement

And in such a way that the reader will read on. (After all, that's a reader's job: to read, isn't it?) And by the time your readers have reached this point in the finished copy, you will have convinced them that you not only respect their intelligence, but you also understand their needs as consumers. As a result of

which, your advertisement will repay your efforts. Take your sales; simply put, they will rise. Likewise your credibility. There's every chance your competitors will wish they'd placed this advertisement, not you. While your customers will have probably forgotten that your competitors even exist. Which brings us, by a somewhat circuitous route, to another small point, but one which we feel should be raised. As a marketer, you probably don't even believe in body copy. Let alone long body copy. (Unless you have a long body yourself.) Well, truth is, who's to blame you?

This is not the real subhead for this advertisement

Fact is, too much long body copy is dotted with such indulgent little phrases like truth is, fact is, and who's to blame you. Trust us: we guarantee, with a hand over our heart, that no such indulgent rubbish will appear in your advertisement. That's why

And by the time your readers have reached this point in the finished copy, you will have convinced them that you not only respect their intelligence, but you also understand their needs as consumers. As a result of which, your advertisement will repay your efforts. Take your sales; simply put, they will rise. Likewise your credibility. There's every chance your competitors will wish they'd placed this advertisement, not you. While your customers will have probably forgotten that your competitors even exist. Which brings us, by a somewhat circuitous route, to another small point, but one which we feel should be raised. As a marketer, you probably



Die Welt mit anderen Augen sehen

Warum es sich lohnt, zu einem Augenarzt zu gehen: Mit einem neuen High-Tech-Laser sind Sehfehler jetzt schnell und sicher behoben

Kennen Sie das häßliche Entlein Lisa Plenske? Sie ist die Hauptfigur in der Sat.1-Telenovela „Verliebt in Berlin“ und fällt den täglich fünf Millionen jungen Zuschauern vor allem dadurch auf, daß sie eine ziemlich dicke Brille trägt. Happy End dieser Herz-Schmerz-Geschichte: Lisa legt ihre Brille ab, mutiert zum Schwan und erobert den schönsten aller Seifenoperprinzen.

Man muß als Brillenträger nicht aufs Fernsehschicksal warten, um das lästige Gestell von der Nase zu vertreiben. „Niemand liebt seine Brille“, sagt der Augenchirurg Gerhard Götzen. Zu dem Leiter des Düsseldorfer Zentrums für medizinische Sehkorrektur (Medilas) kommen Kurzsichtige, Weitsichtige und Menschen mit Hornhautverkrümmung. Patienten also, die ohne Brille aufgeschmissen wären. Wenn sie seine Praxis wieder verlassen, sehen sie die Welt im wahrsten Wortsinn mit ganz neuen Augen. Zu verdanken ist der neue visuelle Segen der refraktiven Chirurgie.

Lasik nennt sich die Methode, mit der Gerhard Götzen im besten Fall aus Halbblinden Sehende macht. Mit einem Laser aus neuester Serie trägt der Augenarzt Gewebe aus dem Inneren der Hornhaut ab. Nur wenige Sekunden dauert dieser schmerzfreie Eingriff, dessen Folgen unmittelbar sichtbar werden.

„Wenn eine Lasik-Operation fachgerecht durchgeführt wird, ist sie mittlerweile ein mit minimalen Restrisiken behafteter Eingriff“, sagt der Augenarzt. Das liegt vor allem an der Technik, die in 17 Entwicklungsjahren riesige Sprünge gemacht hat. „Man kann in der refraktiven Chirurgie nur sauber arbeiten, wenn man die neueste Ausrüstung hat“, sagt Götzen.

Mit einem so genannten Eye-tracker, einem Augenverfolgungssystem, kontrolliert das Gerät zu jedem Zeitpunkt die Position des Auges und nimmt auch kleinste Bewegungen wahr. Bewegt sich das Auge zu sehr, schaltet das Gerät in Sekundenbruchteilen ab. So kann der Behandlungsstrahl mit traumwandlerischer Sicher-

heit stets die optimalen Behandlungspunkte ansteuern.

Manche Menschen greifen direkt nach der OP zu ihrer Brille, stellen aber, bevor sie die aufsetzen, schon fest, daß die Welt um sie herum eine andere geworden ist. Eine Lasik-Operation ist vor allem etwas für intelligente und fitte Menschen, die sich selbst fordern und auch Spaß haben wollen, meint Götzen. Auf seinen regelmäßigen Informationsveranstaltungen können sich Interessierte unverbindlich erklären lassen, was es mit Lasik auf sich hat und ob sie für eine Behandlung infrage kommen.

Die beste Werbung für MediLas besorgen allerdings die vielen erfolgreich operierten Menschen.

Informationen

Medilas
Königsallee 86
40212 Düsseldorf
Tel.: 0211/1306760;
E-Mail: info@medilas.de
www.medilas.de



*Nach Laser-
Eingriff
den richtigen
Durchblick*