



Doppelherz to jedna z najstarszych marek na rynku suplementów diety na świecie, ciesząca się zaufaniem klientów od pokoleń. Ma długą tradycję i jest synonimem wysokiej jakości produktów, które wspierają zdrowie i dobre samopoczucie całej rodziny.

Kontekst rynkowy

Szerokie portfolio, obejmujące liczne kategorie produktowe, oraz ciągłe wprowadzanie innowacji sprawiają, że Doppelherz pozostaje nowoczesną marką, osadzoną na ponad 100-letniej tradycji.

W czasach, gdy zdrowie jest największą inwestycją, marka pozostaje synonimem jakości – opartym na sprawdzonej tradycji, a jednocześnie konsekwentnie wdrażającym nowoczesne rozwiązania.

Oferta

Oferta marki Doppelherz w Polsce podzielona jest na kilka linii produktowych, odpowiadających różnym potrzebom zdrowotnym konsumentów.

Flagowa linia *Doppelherz aktiv* obejmuje kompleksowe zestawy witamin i składników mineralnych, kwasów omega-3 czy ekstraktów roślinnych w wysokich dawkach, dopasowanych do określonych grup odbiorców i funkcji organizmu (m.in. preparaty dla seniorów, dla mężczyzn, dla kobiet itd.). To właśnie w ramach tej linii dostępny jest również jeden z najlepiej rozpoznawalnych produktów marki – *Doppelherz aktiv Vital Tonik*, suplement diety na wsparcie pracy serca i układu nerwowego.

Linia Doppelherz system to specjalistyczne suplementy diety w formie ampulek z płynem do picia, opracowane z myślą o konkretnych potrzebach organizmu – od wsparcia dla stawów (*Doppelherz system Kollagen 11 000 PLUS*), po korzystny wpływ na skórę, włosy i paznokcie (*Doppelherz system Beauty: Kollagen Beauty, Ceramide Beauty*).

Pod marką dostępna jest również linia Doppelherz med, zawierająca wyroby medyczne, w tym np. łagodzące objawy zespołu jelita drażliwego.

Marka rozwija także portfolio leków w linii *Doppelherz Pharma*, oferując leki bez recepty, uzupełniające gamę produktową.

Osiągnięcia

Jako marka o ponad 100-letniej tradycji, Doppelherz zdobył silną pozycję na rynkach międzynarodowych, czego dowodem jest zaufanie kolejnych pokoleń konsumentów. Produkty z charakterystycznym logo dwóch serc dostępne są już w ponad 60 krajach świata. W Europie Doppelherz należy do czołowych marek w kategorii witamin i toników wzmacniających.

Promocja marki

Doppelherz w Polsce w swojej strategii komunikacyjnej stawia na nowoczesny, ekspercki wizerunek.



HISTORIA MARKI

1897 W Hamburgu powstaje mała fabryka farmaceutyczna Alfreda Queissera – tak zaczyna się historia Queisser Pharma.

1919 Josef Peter Hennes opracowuje oryginalną ziołową recepturę toniku energetycznego Doppelherz®, który szybko odnosi sukces rynkowy.

1921 Tonik Doppelherz zostaje po raz pierwszy wprowadzony na rynek i zarejestrowany jako znak towarowy, dając początek fascynującej historii marki.

1921–1960 Lata intensywnej reklamy sprawiają, że tonik zdobywa ogromną popularność. Symbol dwóch serc staje się synonimem zdrowia i vitalności.

I. 70. Z połączenia dwóch firm powstaje Queisser Pharma. Od tego czasu przedsiębiorstwo należy do rodzinnej grupy HGDF z Flensburga.

1982 Rusza kultowa kampania telewizyjna Doppelherz.

1998 Świąteczne spoty i opakowania czynią tonik numerem jeden w okresie Bożego Narodzenia.

1999 Rusza kampania pod hasłem: „Dla wszystkich, którzy patrzą na świat sercem”.

2006 Powstaje apteczna linia *Doppelherz system*.

TO, CZEGO NIE WIESZ O MARCE

- Doppelherz znaczy po niemiecku „podwójne serce” – logo marki z dwoma czerwonymi sercami symbolizuje podwójną siłę i energię w dbaniu o zdrowie.
- Marka Doppelherz ma zasięg globalny – jej produkty są dostępne w ponad 60 krajach na czterech kontynentach.

Ponad 2 miliony

– tyle produktów marki Doppelherz trafia co roku do polskich konsumentów. To nie tylko dowód zaufania, jakim darzą markę klienci, ale też potwierdzenie jej silnej pozycji. Za każdą kapsułką, tabletką czy ampulką stoi ponad 100 lat tradycji, nowoczesna formuła i realne wsparcie zdrowia.

Marka prowadzi komunikację wielokanałową – od mediów tradycyjnych (telewizja) po digital i social media, gdzie wykorzystuje siłę własnych kanałów online oraz mediów społecznościowych, aby dotrzeć do młodszych odbiorców z atrakcyjnym przekazem.

Doppelherz nie stroni od odważnych przedsięwzięć – od lipca 2025 roku jest oficjalnym partnerem klubu piłkarskiego FC Bayern Monachium, co podkreśla globalne aspiracje marki i łączy ją z wizerunkiem najwyższej sportowej jakości.

Dzięki szerokim i różnicowanym działaniom promocyjnym marka utrzymuje wizerunek eksperta od zdrowia, który inspirowa, edukuje i motywuje konsumentów do prowadzenia zdrowego, aktywnego stylu życia.

doppelherz.pl

2011 Marka rozwija portfolio leków i suplementów diety dla całej rodziny.

2016 Kampanie reklamowe przenoszą się także do świata online.

2019 Marka obchodzi jubileusz 100-lecia istnienia, pozostając jednym z liderów rynku suplementów w Europie i ciesząc się niesłabnącym zaufaniem konsumentów.

2024 Doppelherz jest obecny w ponad 60 krajach na świecie.

2025 Doppelherz zostaje oficjalnym partnerem klubu FC Bayern Monachium, umacniając swoją globalną pozycję i łącząc markę z najwyższym poziomem sportu i jakości.