



Foto: Tera Vector-AdobeStock

**6 Marke vor Wirkstoff**

Roland Mattmüller und Jürgen Wollenschläger tragen die Top-Themen im Healthcare- und Life-Science-Business zusammen

**8 Building Best Brands im Gesundheitsmarkt**

Die Zielgruppenansprache im Sektor Gesundheit bedarf Fingerspitzengefühl. Wie sie gelingen kann, erklärt Florian Bernsdorf, Serviceplan Health & Life

**12 Vom Wirkstoff zur Marke im Rx-Markt**

Udo Jellesen und Stefanie Sonnenschein von Interrogare weisen auf verschiedene Aspekte in der Markenstrategie hin

**16 Ein Modell der Patientenbedürfnisse – Patientenrelevanz verstehen**

Roland Mattmüller, Ulrike Fechtner und Christian Kranich strukturieren die Bedürfnisse von Patienten in einem Stufenkonzept

**20 Patienten erleben Marken zu 70 Prozent emotional**

Marktforscher Peter Herzog von EUMARA schreibt über das „Kopfkino“ der Patienten

**24 Die Rolle der Markenführung bei Transaktionen**

Andreas Klein, HS Niederrhein, und Christian Timmreck, HS Gesundheit Bochum, über die Bedeutung von Marken für Mergers & Acquisitions

**28 Wie strategischer Markenaufbau in der digitalen Gesundheitsindustrie gelingt**

Markenführung beginnt bereits in der Entwicklungsphase, konstatiert Robert Schnitzler von Roche Pharma

**31 Die Pharma-Industrie muss flexibel bleiben**

Der Medizinrechtler Alexander Ehlers sowie Daniel Menghin kennen die juristischen Herausforderungen bei Pharma-Markenrechten

### 34 Profitiert der deutsche Arzneimittelmarkt von Value-Based Healthcare

Ralf Tunder, EBS Universität, sieht den Patientennutzen als Währung des ökonomischen Prinzips des Preis-Leistungs-Vergleichs

### 37 Marke ist Bewusstsein

Christof Hettich von der SRH erörtert Markenbegriff und -verständnis im gesundheitsökonomischen Umfeld

### 41 Menschen als Mittelpunkt starker Marken

Die Procter & Gamble-Manager Florian Sieben und Amanda Duvoisin nennen Parameter für das Markenwachstum

### 44 Die Verpackung als Instrument erfolgreicher Markenführung

Wie unterschiedliche Kaufsituationen die Markenführung und das Verpackungsdesign beeinflussen, erläutert Peter Désilets von Pacoon

### 47 Erfolgsfaktor individuelle Patienten-Journey

Dorothee Kiefer erläutert Burdas publizistische Strategie für den Gesundheitsmarkt

### 50 Fast Innovation für eine gestärkte Markt- und Markenpositionierung

Ankit Walani und Jürgen Wollenschläger diskutieren die Vorteile von modernem Prozessmanagement für Produktneuheiten

### 53 Im Zeitalter von Metaverse und ChatGPT

Jivka Ovtcharova, Karlsruher Institut für Technologie, lädt zum Vordenken über das digitale Ecosystem im Gesundheitswesen ein

## SERVICE

### 3 Editorial

### 22 Impressum