

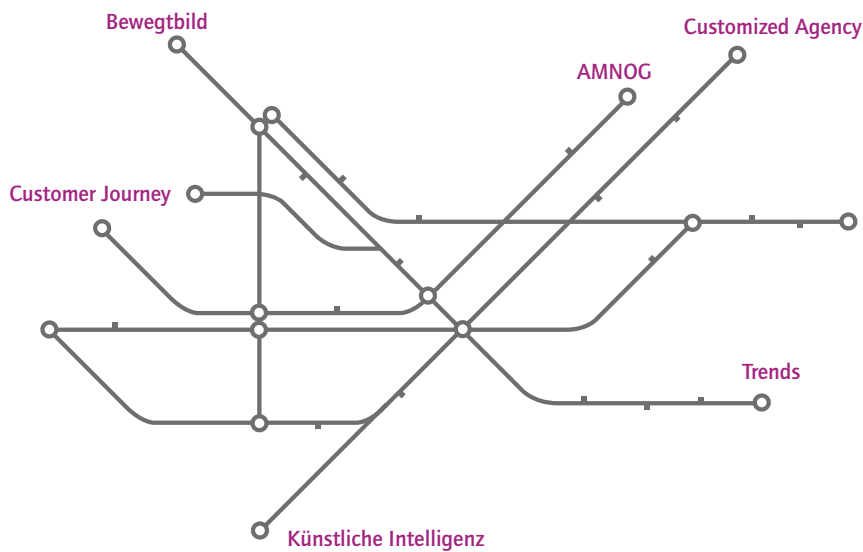


Foto: chagpa - Fotolia

20 Fahrplan für 2018

Um nicht auf der Strecke zu bleiben, müssen Agenturen und Unternehmen Trends frühzeitig erkennen. Weiter an Fahrt aufnehmen werden in der Pharmabranche vermutlich die Themen Künstliche Intelligenz, Patientenzentrierung, Bewegtild und Multichannel. Zehn Agenturchefs geben ihre Einschätzung zu den Kommunikationstrends, die in ihrem Kerngeschäft in diesem Jahr wichtig werden.

TITELTHEMA

20 Trends in der Kommunikation

Diese Themen werden für Agenturen und Kunden 2018 wichtig

NEWS

6 WindStar Medical kauft Zirkulin von roha

6 Hirschen-Tochter health angles startet mit AbbVie

8 GFI launcht ‚Naturmedizin‘

8 ‚Kurier Medico Diabetes‘ am Start

MÄRKTE

10 Volltreffer für Ursapharm

Interview mit Ursapharm-Marketingleiter Christian Krensel über die Kooperation mit dem Fußballclub FC Bayern München

14 Boomender Markt mit Perspektive

Mit rund 50 Milliarden Euro Umsatz ist der Pflegemarkt drittgrößtes Segment im Gesundheitswesen

16 How to be awesome on Amazon

Amazon wird zur Patient Journey, daher müssen spezielle Modalitäten für Search Engine Optimization beachtet werden

19 Gesundheit liegt in den Genen

Trendone zeigt neue DNA-Analysemethoden, u.a. können per App genetische Profile erstellt werden

KOMMUNIKATION

20 Der Fahrplan für 2018

Wohin geht die Reise bei Kommunikationsdienstleistern und Unternehmen?

32 Namen mit Nebenwirkungen

Viele Arzneimittel werden verwechselt, weil sie zu ähnlich klingen. Einen Ausweg beschreibt Sybille Kircher von Nomen Healthcare

34 Facharzt ist nicht gleich Facharzt

Wie halten es Gynäkologen, Kardiologen, Pneumologen und Urologen mit der Kommunikation?



Foto: Ursapharm

Foto: Springer Pflege



10 Ursapharm bringt sich ins Spiel

Mit dem Engagement als Sponsor des FC Bayern München will der Saarbrücker Arzneimittelhersteller die internationale Markenbekanntheit steigern.

74 Der Spieltrainer

Als Director Professional Care setzt Falk H. Miekley alles daran, die Marke Springer Pflege stark im Markt zu verwurzeln – Basis ist ein Vier-Säulen-Konzept.

MEDIEN

38 Wenn der Arzt Dr. Google befragt

Die Ergebnisse der LA-Med 360-Grad-Touchpoint-Analyse belegen die hohe Relevanz von Multichannel in der Arzt-Kommunikation

46 Unterschiede im Medienkonsum einzelner Frauenzielgruppen

Die Studie VuMa Touchpoints 2018 liefert Einblicke in die Mediennutzung von OTC-Käufergruppen

50 20 Millionen OTC-Käufer achten auf Gesundheitsthemen

Die Bedeutung von Marke steigt beim OTC-Kauf laut b4p t.o.m. Pharma 2017

54 Wo Gesundheitsinteressierte online anzutreffen sind

Käufer von Gesundheitsprodukten und Medikamenten sind auch Nutzer digitaler Medien, ein Überblick auf Basis frischer AGOF-Daten

60 Anzeigen bei OTC-Schlaf- und Beruhigungsmitteln besonders beliebt

Für Präparate wie Hoggar Night oder Neurexan investierten Hersteller mehr als 41 Millionen Euro von Januar bis September 2017 – über die Hälfte davon in Print

64 Touchpoints der Digital Patient Journey nutzen

Wie funktioniert das perfekte Online-Marketing, ein Beitrag von Fabian Kaske, Agenturchef der Dr. Kaske Marketingagentur

KARRIERE

68 Personal-Meldungen

LeFee mit neuer Co-Chefin Friederike Fröhling, Funke beruft Andreas Schoo in die Geschäftsführung und weitere Personal-Meldungen

72 Der Spieltrainer

Falk H. Miekley steht als Director Professional Care für die noch junge Marke Springer Pflege

RUBRIKEN

03 Editorial

74 Termine

75 Vorschau/Impressum

Dieser Ausgabe von Healthcare Marketing liegen sowohl eine Beilage der Firma Markom GmbH & Co. KG als auch eine Beilage des Women's Healthday 2018 bei. Wir bitten um Beachtung.