



Foto: Shutterstock – AdobeStock

24 Was bringt 2023?

Das neue Jahr ist angebrochen und unweigerlich kommt die Frage auf: Was wird nach einem Jahr voller Unvorhersehbarkeiten und einer schwierigen politischen und wirtschaftlichen Gemengelage passieren?

„Healthcare Marketing“ hat sich bei Agenturverantwortlichen umgehört, welche Themen die Branche in 2023 prägen werden. Die Antworten offenbaren, welche Projekte auf der Agenda ganz oben stehen. Das Spektrum reicht von Essentials in der Kommunikation, innovativen Technologien und Trends im Marketing bis hin zu Perspektiven für mehr Nachhaltigkeit.

■ TITELTHEMA

16 Holistic Health wird zum Motor für den Megatrend

Trendforscherin Corinna Mühlhausen erklärt im Interview, welche Strömungen die Branche beeinflussen

24 Healthcare neu denken: Perspektiven und Essentials für 2023

19 Agentur-Fachleute werfen einen Blick in die Zukunft und zeigen Handlungsfelder auf

44 Wie sich Fachmedien für 2023 aufstellen

Wir sprachen mit Verantwortlichen von MedTriX, Avoxa, DAV, Esanum und Coliquio unter anderem über strategische Ziele und Content-Pläne

■ NEWS

- 6 Medikamenten-Pipeline auf hohem Niveau
- 8 Boehringer Ingelheim setzt für Awareness auf Mode-Entwürfe
- 10 Mehr Menschen greifen auf „Dr. Google“ zurück
- 11 Sanofi realisiert neuen TV-Spot für Mucosolvan
- 12 Frische Farben für die Pronova BKK
- 14 Kampagnenstarts im Dezember 2022/Januar 2023

■ MÄRKTE

18 Klarer Ausblick trotz trüber Aussichten

Jörg Wiczorek vom Bundesverband der Arzneimittel-Hersteller (BAH) schildert Zukunftsthemen aus dem Blickwinkel von Unternehmen

21 VR ermöglicht innovative Therapien

Trendone stellt VR-Anwendungen vor, die positiv auf die Psyche wirken

22 Smart Packaging für neues Zähneputzen

In einem Best-Practice-Beitrag erläutert Metsä Board den Ansatz bei einer Verpackungslösung für Playbrush



Foto: Overlay – AdobeStock



Foto: Martin Joppen

44 Fachmedien rüsten sich

Während Verlage ihr Printportfolio optimieren und verstärkt in Digital investieren, wollen Betreiber von Ärzteplattformen 2023 unter anderem Fortbildungsangebote und Themenstrecken ausbauen.

52 OTC-Teams bei Sanofi stärken

Dr. Theresa von Fugler, General Manager Consumer Healthcare Germany bei Sanofi, hat unter anderem den Wettbewerb um den Aufbau der besten Teams im Blick. Über ihre Ziele spricht sie im Porträt.

KOMMUNIKATION

40 Marken machen den Unterschied

Agenturchef Johannes Buzási von Peix Health empfiehlt in der GWA-Serie Healthcare Professionals, einen stärkeren Fokus auf ihre Markenarbeit zu legen

42 Kann man mit Omni-Channel-Kommunikation Betroffenen helfen?

Marco Hamburger von Intouch beobachtet bei Seltenen Erkrankungen ein Informationsvakuum und plädiert für eine präferenzorientierten Dialog zur Aufklärung

MEDIEN

50 GKV sieht DiGAs noch nicht in der Versorgung angekommen

Laut DiGA-Bericht des GKV-Spitzenverbands erfüllen die Anwendungen noch nicht die Erwartungen. Dem widerspricht ein Verband der E-Health-Anbieter

KARRIERE

52 Fokussierung auf Teams, Omnikanal-Wissen und Agilität

Dr. Theresa von Fugler lenkt das Consumer-Healthcare-Geschäft bei Sanofi in Deutschland. Sie begegnet unter anderem einem veränderungsreichen Apothekenmarkt

55 Personalien

MSD bekommt neuen Deutschland-Chef, Iris Wolfrath zur Geschäftsführerin für Bencard Allergie ernannt, Neuaufstellung der Pro-Generika-Vorstandsspitze u.v.m.

SERVICE

03 Editorial

59 Vorschau/Impressum