



32 Was bringt 2025?

Das Jahr verspricht neue Herausforderungen, aber auch immense Chancen für die Healthcare-Branche. Wir haben die Trends und verschiedene Perspektiven zusammengetragen.

Agenturverantwortliche geben Einblicke, warum datengetriebene Kommunikation, patientenzentrierte Markenführung, Künstliche Intelligenz und präventive Ansätze die Zukunft bestimmen. Eine Umfrage unter den Fachverlagen beleuchtet außerdem die Strategien der Medienschaffenden, Wachstumsziele und Erwartungen an Werbeerlöse für 2025.

Foto: Anatolij Sav – AdobeStock

TITELTHEMA

32 Impulse für 2025 und darüber hinaus

13 Expertinnen und Experten aus Kommunikationsagenturen werfen Schlaglichter auf zentrale Entwicklungen

50 Fachverlage investieren 2025 verstärkt in Digitalangebote

Die sinkenden Print-Reichweiten bekommen inzwischen auch viele Fachverlage zu spüren. Sie reagieren unter anderem mit einem Ausbau der Digitalangebote

NEWS

- 6 vfa: Zahl der Neueinführungen bewegt sich auf einem hohen Niveau
- 8 Engelhard rollt ersten international gedachten TV-Spot für Prospan aus
- 9 Abbott startet Kampagne zu Strep A bei Kindern
- 10 Holzmann Medien gibt ‚Health&Care Management‘ in neue Hände
- 11 Bertelsmann strukturiert Digital-Health-Aktivitäten neu
- 12 Kampagnennews im Dezember 2024/Januar 2025

MÄRKTE

14 Den Dialog zwischen Pharma und Politik stärken

Welche Themen stehen für den Verband Pharma Deutschland im Mittelpunkt?

18 Wo sich die Branche 2025 trifft

Ein Überblick über die wichtigsten Events für Entscheider der Healthcare-Branche zu Marketing- und Digital-Themen

24 Phonak inszeniert Kampagne als Statement für die Branche

Phonak-Marketingleiter Steffen Kohl berichtet über einen globalen Launch im Sphere in Las Vegas und die Aufbereitung für den deutschen Markt

28 Vernetzte Datenarchitektur als Schlüssel zur digitalen Transformation

Dr. Jörg Mütze und Dr. Christoph Bug von Veeva erläutern, warum die Harmonisierung von Daten für kundenorientierte Interaktionen unerlässlich ist



14 Im Dialog mit der Politik

2025 verspricht gesundheitspolitisch spannend zu werden – ein Gespräch mit Pharma Deutschland-Hauptgeschäftsführerin Dorothee Brakmann.



58 Launch-Duo bei Dr. Scheffler

Einblicke in ihre Arbeit beim Start der Marke Green Team geben Produktmanagerin Edanur Gündogdu (l.) und Marketingmanagerin Oksana Neufeldt (r.).

KOMMUNIKATION

44 Die strategische Marken-Trinität

Happy-CEO Thorsten Rudeck erklärt in der GWA-Serie, was hinter der Formel aus Adaptabilität, Ambidextrie und Autopoiesis steckt

46 Neue Wege der Kontextkommunikation

Dr. Uwe H. Lebok von K&A Brandresearch stellt ein Modell für die Arzt-Patienten-Ansprache vor

KARRIERE

58 „Greenwashing kommt für uns nicht in Frage“

Das Ziel eines Duos aus Produktmanagement und Marketing ist, Green Team von Dr. Scheffler als eine nachhaltige Marke erfolgreich zu positionieren

62 Personalien

Alexander Brückner steigt bei Haleon auf, Thomas Teckentrup wird Managing Director bei Medisana u.v.m.

MEDIEN

54 MM Medizin und Medien Verlag relauncht ‚Der Hausarzt‘

Der Fachverlag verändert den Titel seines Magazins und führt neue Formate ein. Über die Hintergründe spricht Geschäftsführer Robert Bogner

56 Health-Infos: Klassische Medien schlagen Social Networks

Laut ‚B4P Extra‘ setzen Verbraucher für Gesundheitsinformationen vor allem auf die Beratung durch medizinisches Fachpersonal

SERVICE

3 Editorial

67 Vorschau/Impressum