



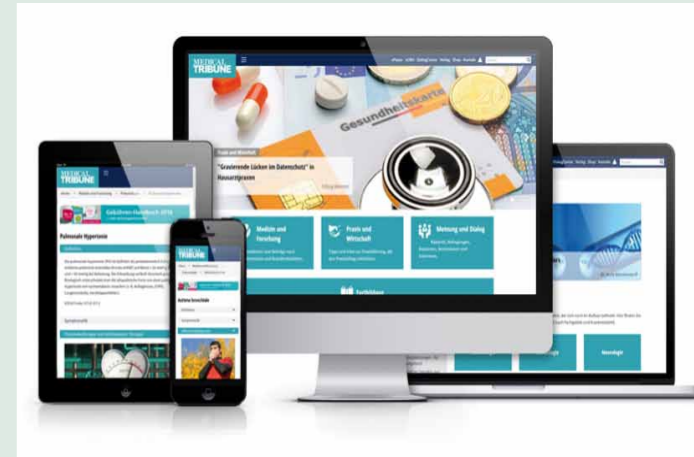
**24 Coronavirus**

Das neuartige Coronavirus (COVID 19) ist allgegenwärtig und nimmt viel Raum in der öffentlichen Wahrnehmung ein. Das schürt durchaus Ängste in der Bevölkerung. In puncto Kommunikation sehen Experten aus Healthcare-Agenturen Versäumnisse bei den offiziellen Institutionen – weniger gegenüber der Bevölkerung als vielmehr gegenüber der Ärzteschaft. In unserer Umfrage beziehen die Agenturchefs zudem dazu Stellung, wie sie intern mit der Thematik umgehen.



**14 Pharma-Markt 2019 analysiert**

Vor Rabatten und Einsparungen verzeichnet der Pharmamarkt Deutschland 2019 ein Umsatzwachstum von sieben Prozent, resümiert ein IQVIA-Bericht.



**36 Neues Medical DACH gestartet**

Die Südwestdeutsche Medienholding bündelt ihre Aktivitäten im Medizinmarkt unter einer Dachmarke. Ziel ist es, einen breit aufgestellten Dienstleister zu entwickeln.

**TITELTHEMA**

- 24 Offizielle Kommunikation hat Luft nach oben**  
Institutionen haben durch den Coronavirus auf Krisenmodus gestellt, doch die Kommunikation mit der Ärzteschaft weist Lücken auf, meinen Agenturchefs
- 30 Agenturen reagieren sorgsam und gelassen**  
Was bedeutet der Ausbruch des Coronavirus für die geschäftlichen Aktivitäten der Agenturen?

**NEWS**

- 6 Stada akquiriert 15 Consumer-Health-Marken von GSK
- 8 Bürger sehen Digitalisierung im Gesundheitswesen positiv
- 10 Springer Wien kauft Schaffler Verlag
- 10 ‚Bunte Gesundheit‘ erhöht Frequenz auf sechs Ausgaben in 2020
- 12 Kampagnenstarts Februar/März

**MÄRKTE**

- 14 Arzneimittel-Umsätze 2019 sind um sieben Prozent gewachsen**  
Eine IQVIA-Analyse zum Pharma-Markt 2019 zeigt die Entwicklung in Apotheken- und Kliniksegment
- 18 Werte-Index 2020: Gesundheit liegt hoch im Kurs**  
Zu den am häufigsten diskutierten Themen bei Gesundheit zählen momentan Selbstdiagnose und -therapie
- 22 KI-Projekte auf dem Vormarsch**  
Trendone stellt KI-Anwendungen vor, die künftig die Patientenversorgung verbessern sollen

**KOMMUNIKATION**

- 34 Zielgruppen und Inhalte im Wandel der Zeiten**  
Human Touch in der Kommunikation wird relevanter denn je, prognostiziert Guido Körfer, McCann Health, in der GWA-Serie

**MEDIEN**

- 36 SWMH bündelt Geschäftsbereich Medizin**  
Oliver Kramer und Stephan Kröck, beide Medical DACH, im Interview über die Hintergründe und Ziele der neuen Wachstumsoffensive
- 40 Den Algorithmus verstehen**  
Agenturchef Marc Schoberer von xeomed über die Bedeutung von Core Updates im SEO-Marketing
- 42 DIARY: Eine Awareness-Kampagne auf Facebook**  
Lilly und antwerpes erläutern im Best Practice das Konzept der Kampagne ‚Dein Alltag mit Diabetes‘

**KARRIERE**

- 44 Personalien**  
Dr. Stephan Eder wechselt von Sandoz zu Stada, LETI Pharma holt neuen Geschäftsführer von Astellas, Plan.Net holt Wolf Ingomar Faecks u.v.m.

**VERANSTALTUNGEN**

- 48 Pharma diskutiert neue Märkte**

**SERVICE**

- 3 Editorial
- 50 Termine
- 51 Vorschau/Impressum



**‚Digitale Markenführung‘**  
In dieser Ausgabe liegt das Sonderheft ‚Digitale Markenführung‘ bei. Wir bitten um Beachtung! Bestellmöglichkeiten per E-Mail an: [abo@new-business.de](mailto:abo@new-business.de)