



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