



14 Gender Health als kommunikative Aufgabe

In der Debatte um Geschlechtergerechtigkeit spielt der Gesundheitsaspekt eine entscheidende Rolle. Unternehmen der Pharmabranche erklären, wie geschlechtsspezifische Forschung und Therapieentwicklung zur Beseitigung des Gender Health Gaps beitragen können und welche Chance in der Kommunikation liegt. Krankenkassen wollen mit einer inklusiven Ansprache und erweiterten Angeboten punkten. Perspektiven bieten außerdem die Verlage, die in Podcasts und auf Plattformen über medizinisch relevante Unterschiede zwischen den Geschlechtern aufklären.

Foto: Zaharia Levy – AdobeStock

TITELTHEMA

14 Die Geschlechter-Sensibilität hat für Hersteller kommunikative Relevanz

Einblicke bei fünf Pharma- und Gesundheitsanbietern verdeutlichen die Perspektiven auf Gender Health und die Gestaltungsmöglichkeiten der Kommunikation

22 Gemeinsam für eine gerechtere medizinische Versorgung

Drei gesetzliche Krankenkassen erläutern, wie sie sich kommunikativ und mit ihrem Leistungskatalog für eine geschlechtersensible Medizin einsetzen

26 Der Behandlungskontext und die verdeckte Geschlechter-Ambivalenz

K&A BrandResearch beleuchtet, wie Rollenbilder der Geschlechter auch das Verordnungsverhalten tangieren

48 Wie Medienhäuser das Gender Health Gap schließen wollen

Wort & Bild, Burda und die Wellster Healthtech Group widmen sich der Thematik mit verschiedenen Formaten und Content-Angeboten

NEWS

- 6 Absatz von Arzneimitteln ist 2023 in den Apotheken gesunken
- 8 Havas startet Havas Consumer Health Germany
- 10 Bertelsmann baut Portfolio mit Pharma-Tech-Anbieter Extedo aus
- 11 Ottobock relauncht seine Marke als Human Empowerment Brand
- 12 Kampagnenstarts im Februar 2024

MÄRKTE

29 Menstruationserfahrungen verbessern

Trendone stellt Geschäftsideen vor, die den Umgang mit Regelblutungen erleichtern sollen

30 Health Equity als Grundlage für die Zukunft

Eine internationale Online-Befragung widmet sich der Chancengleichheit der Gesundheitsversorgung und zeigt Herausforderungen auf

32 Mit Strategic Foresight die Branche im Blick behalten

Dr. Simone Kimpeler und Martin Kirstgen vom Fraunhofer ISI stellen eine Methode zur strategischen Markenausrichtung vor



Foto: bird_saranyoo – AdobeStock



Foto: Roche

36 Besuch vom Außendienst

Digitalisierung, personalisierte Kommunikation und Fachkräftemangel sind nur einige der Themen, die Outsourcing-Firmen derzeit beschäftigen.

52 Wert der Diagnostik steigern

Daniela Kahlert von Roche Diagnostics will das Bewusstsein für die Diagnostik stärken und mehr Aufmerksamkeit für die Branche schaffen.

KOMMUNIKATION

36 Visite vom Pharmareferenten bleibt unersetzlich

Die Rolle und Bedeutung des Pharma-Außendienstes in der digitalen Ära diskutieren Führungskräfte von Inizio Engage, Marvecs und Medperion

40 Schlüsselfaktoren für erfolgreiche Go-to-Market-Strategien

Daniel Schaller von der Good Healthcare Group plädiert in der Kommunikation für eine engere Verknüpfung der Patienten- und Arzt-Journeys

42 Ein Jahr GenAI. Und jetzt?

Dieser Frage geht Michael Frank von Die Crew in der GWA-Serie ‚Über den Tag hinaus denken‘ nach

MEDIEN

44 Gesundheitsportale verzeichnen wachsende Nutzung

Laut ‚b4p t.o.m. Pharma‘ stieg der Absatz von OTC-Arzneimitteln 2023 weiter an. Kunden informierten sich dabei vor allem in der Apotheke und im Netz

46 Landschaft der Healthcare-Medien im Umbruch

Der seit längerem laufende Konzentrationsprozess durch Übernahmen und die Bildung größerer Einheiten prägen das Segment

KARRIERE

52 Von der Basis zur Spitze

22 Jahre nach ihrem Einstieg als Trainee ist Daniela Kahlert heute Geschäftsführerin der Marketing- und Vertriebsorganisation von Roche Diagnostics

56 Personalien

Julio Triana übernimmt die Bayer-Division Consumer Health von Heiko Schipper, Medice baut Geschäftsführung aus, Asklepios mit neuem Führungsduo u.v.m.

VERANSTALTUNGEN

62 Handelsblatt Jahrestagung Pharma 2024: Perspektiven der Pharmabranche in Deutschland

SERVICE

3 Editorial

63 Vorschau/Impressum

Dieser ‚Healthcare Marketing‘-Ausgabe liegt eine Beilage des Comprix bei. Wir bitten um Beachtung.