



30/52

Klangwelten gestalten

Audio Branding ist fester Bestandteil eines Markenauftritts. Ziel ist, Identität, Werte und Philosophie einer Marke oder eines Unternehmens akustisch zu übersetzen. Fünf Sound-Agenturen verraten, warum eine akustische Signatur wichtig ist, wie man Markenwerte in Töne übersetzt und geben Einblicke in auditive Anwendungsgebiete.

Darüber hinaus stehen Podcasts im Fokus unserer Recherche bei Medizin-Fachverlagen und Ärzteportalen. Beim Thema Vermarktung, so stellt sich heraus, gibt es noch Luft nach oben.

TITELTHEMA

30 Die richtigen Töne treffen

Sound-Experten beleuchten die Rolle von Audio Branding und wie Healthcare-Unternehmen es schaffen, ihre Marken zum Klingen zu bringen

52 Menschen hinter der Marke zeigen

Zwar erfreuen sich Audio-Angebote wachsender Beliebtheit bei Hörern, doch fehlt es oft noch an Vermarktungskonzepten

NEWS

- 6 Chiesi präsentiert sich mit neuem visuellem Auftritt
- 6 Reckitt Benckiser wird zu Reckitt
- 8 Telemedizin-Anbieter Kry kooperiert mit Versandapotheke Apologistics
- 10 Aus MMI wird Vidal MMI Germany
- 12 Serviceplan und Bauer Media Group formen Bauerserviceplan
- 14 Kampagnenstarts im März 2021

MÄRKTE

16 Wachstumsmarkt Cannabis – ein Rückblick mit Ausblick

Dr. Tobias Haber von Insight Health analysiert, wie sich der deutsche Markt für Medizinalcannabis entwickelt

20 Ein junger Markt und seine kommunikativen Herausforderungen

Einschätzungen u.a. von Aurora Deutschland, Stada und Cansativa zum Markt für Medizinalcannabis

28 Pharma Award für innovative Produkte

Bis 28. Mai 2021 läuft die Teilnahmefrist für den Pharma Award. ‚Healthcare Marketing‘ ist Medienpartner und stellt die Auszeichnung vor

29 Neue Methoden zur Wundbehandlung

Trendone zeigt innovative Entwicklungen bei Pflastern

KOMMUNIKATION

42 Podcast und Gesundheit – It’s a match

In der GWA-Serie heben Gunther Brodhecker und Carina Steitz von Schmittgall Health die kommunikativen Stärken des Mediums für die Healthcare-Branche hervor



Foto: Camille Blake



Foto: privat/Kristina Kempf

56 Podcast-Vermarktung am Start

Zebra-Audio-Geschäftsführerin Tina Jürgens im ‚Healthcare Marketing‘-Interview über neue Vermarktungspotenziale von Podcasts im Gesundheitsmarkt.

60 Patienten eine Stimme geben

Kristina Kempf setzt sich als Senior Marketing Direktorin von PTC Therapeutics für Disease Awareness von seltenen Erkrankungen ein.

44 Applaus für die Pflege und den Gold-Gewinner

Im März setzt sich ‚Pflegestufe rot – Applaus für die Pflege‘ von Rehcura beim ‚Spot des Monats‘ gegen die Konkurrenz durch

48 Digital Vertrauen und Atmosphäre schaffen

Die Arbeit der Medical-Science-Liaison-Manager ist im Wandel. Dr. Heike Niermann von der good healthcare group schildert die Herausforderungen

MEDIEN

55 Fünf Fragen an...

Petros Prontis, Chief Marketing Officer der Berliner Zahnarztgruppe KU64

56 Podcast-Vermarktung zündet nächste Stufe

Zebra-Audio-Geschäftsführerin Tina Jürgens im ‚Healthcare Marketing‘-Interview über den Entwicklungsstand des Podcast-Markts

KARRIERE

60 Leben verändern durch Marketing mit Herzblut

Kristina Kempf ist bei PTC Therapeutic für die Kommunikation rund um seltene Erkrankungen wie Duchenne-Muskeldystrophie verantwortlich

64 Personalien

Michael Sen an die Spitze von Fresenius Kabi berufen, Johanna Nüsken leitet künftig den Bundesverband Managed Care, u.v.a.

SERVICE

03 Editorial

67 Vorschau/Impressum



Markenführung Orphan Drugs

Dieser Ausgabe liegt das ‚Healthcare Marketing‘-Sonderheft zum Thema ‚Markenführung Orphan Drugs‘ bei. Wir wünschen eine anregende Lektüre!