



Foto: pressmaster – AdobeStock

30 Echte Patienten im Einsatz

Patient Influencer versprechen Authentizität und geringe Streuverluste. Kommunikationsprofis geben Tipps für deren Einsatz im Pharma-Marketing.

50 Kommunikation mit Leidenschaft

Kristina Streuff ist als Leiterin der Unternehmenskommunikation bei Orthomol für ein breites Portfolio verantwortlich und intern wie extern zentrale Schnittstelle.

Foto: Orthomol

34 Virtuelle Influencer als Markenbotschafter

Prof. Andrea Gröppel-Klein und Claudia Franke von der Universität des Saarlandes beschäftigen sich mit den digitalen Charakteren

38 „Knorke“-Kommunikation für die kaufkräftigste Bevölkerungsschicht

Ursula Schmitz, Selinka/Schmitz, widmet sich in der GWA-Serie der Generation der Boomer

40 Zeitenwende für die Offizin

Education und Experience sind für Dr. Eduardo Marx von Jäger Health im Apothekenmarketing wichtige Hebel

MEDIEN

42 Werbevermarkter setzen auf Themen-Targetings

Während Werbebotschaften nach Nutzerinteressen ausgespielt werden, sind redaktionell bei Gesundheitsportalen zielgruppenspezifische Inhalte hoch im Kurs

46 RTL Deutschland verkauft G+J-Kernmarken an Funke

Der neue Besitzer von ‚Brigitte‘, ‚Gala‘ und ‚Eltern‘ will die Angebote in Print und Digital weiterentwickeln

KARRIERE

48 Voneinander profitieren, um weiterzukommen

Die Healthcare Frauen stellen ihr Mentoring-Programm und das neue Angebot Reverse Mentoring vor

50 Wie Kristina Streuff Kommunikation denkt

Für die Leiterin der Unternehmenskommunikation bei Orthomol, stehen Authentizität und Transparenz im Fokus – bei Werten, Menschen und Kompetenzen

53 Personalien

Neue Deutschland-Chefin bei Takeda, Stallergenes Greer macht Andreas Amrein zum CEO, Nils Giese übernimmt als CEO von Edelman Deutschland u.v.m.

VERANSTALTUNGEN

56 Digital Healthcare Days 2025: Instrumente für digitales OTC-Marketing

57 Pharma Symposium setzt Zukunftsthemen

SERVICE

03 Editorial

58 Vorschau/Impressum