



20 Ausgezeichnete Kreation

Der diesjährige Comprix hat die kreativsten Arbeiten in der Healthcare-Kommunikation prämiert und 41 Trophäen verliehen. Schmittgall Health dominierte das Teilnehmerfeld 2019. Die Stuttgarter Werber gewinnen neun Awards und liegen damit vor Peix, die vier Preise einstreichen. Serviceplan und antwerpes holen je drei Auszeichnungen.

Neben dem Blick auf die kreativen Highlights gehören zu unser Comprix-Strecke ebenso Insights vom Comprix Campus und eine Umfrage unter Marketing-Verantwortlichen aus der Industrie zu Kreativwettbewerben.

Foto: Comprix

■ TITELTHEMA

20 Preisregen für Schmittgall

Der Comprix hat die Arbeiten von 21 Agenturen mit insgesamt 41 Awards prämiert

34 Das Comprix-Langzeitranking

Exklusive Auswertung der erfolgreichsten Teilnehmer von 2001 bis 2019 nach Kreativpunkten

36 Die preisgekrönten Arbeiten

Ein Überblick der Gewinner-Kampagnen des 27. Comprix sowie aller Finalisten aus 46 Kategorien

82 Awards als Qualitätssiegel

OTC-Marketing-Verantwortliche erläutern ihre Perspektive auf kreative Werbung

84 Thinktank und Impulsgeber

Der Comprix Campus wartete in seiner dritten Auflage mit Neuerungen im Konzept auf

86 Mit Disziplin Kreativität entfachen

„Nicht das Anfangen wird belohnt, sondern das Durchhalten.“ Comprix-Campus-Referent Marc Gassert betont im Interview, dass Disziplin für kreative Prozesse unabdingbar ist

■ NEWS

8 Eucerin: Digital am Apothekenregal

9 The Female Company hat guten Lauf

9 DDB und Pink Ribbon launchen Pflege-Linie

10 Doctainment-Titel ‚Dr. Wimmer‘ eingestellt

■ MÄRKTE

12 E-Health als Wachstumsbeschleuniger der Gesundheitsbranche

Branchenstimmen zu den aktuellen Entwicklungen, Herausforderungen und Trends von der DMEA

18 Proaktive Brustkrebs-Früherkennung

Trendone stellt Initiativen vor, die für Krebsvorsorgeuntersuchungen sensibilisieren



Foto: CMF



Foto: vierfoto/rafen

92 wdv würfelt sich an die Spitze

Beim diesjährigen BCM Award heimst Content-Spezialist wdv sechs Medaillen ein. SZ Scala gewinnt mit Pharma-Kunde BMS einmal Gold.

102 Der Schatzmeister

Als Marketingchef besetzt Reinhard Borowski eine Schlüsselposition bei Pohl-Boskamp. Seit seinem Antritt 2018 hat er bestehende Marken gestärkt.

■ KOMMUNIKATION

90 Welchen Preis hat eine Kreativleistung?

In der GWA-Serie schreibt Uwe Marquardt von der WPP Health Practice über das Dilemma, den Wert von Kreationen zu messen

■ MEDIEN

92 wdv würfelt sich an die Spitze

BCM Award 2019: Zweimal Gold und 15 Mal Silber für Gesundheitsunternehmen und ihre Content-Partner

98 Glückshormone statt bittere Pillen

Der Pharmakommunikation eröffnen sich durch Storytelling neue Chancen, schreibt Miriam Rupp, Gründerin und Chefin der PR-Agentur Mashup

■ KARRIERE

100 Personalien

Frank-Simon Basel zu Beiersdorf, Faten Gaber leitet Roche-Kommunikation, vfa verliert Kirsten Hoyer an MSD u.v.m.

102 Der Schatzmeister

Marketingleiter Reinhard Borowski verantwortet die operative Umsetzung und Weiterentwicklung der Marken bei Pohl-Boskamp

■ VERANSTALTUNGEN

106 MedMen: Marktforschung und Big Data auf den Grund gehen

107 ArtEvent: Zeitgenössische Kunst als Inspirationsquelle

108 Coliquio Summit: Die digitale Zukunft der Pharma-Unternehmen

■ SERVICE

3 Editorial

109 Termine

110 Vorschau/Impressum