



Foto Daniel - AdobeStock

16 Zielgruppe Ärzteschaft

Im rezeptpflichtigen Markt führt der Weg zum Erfolg für Pharmaunternehmen über die Ärzteschaft. Es gilt, die Zielgruppe der Verordner zu erreichen. Das vorliegende Heft beleuchtet, worauf es hierbei ankommt.

IQVIA wertet aus, in welche Kanäle für Arztkommunikation die Hersteller 2023 und 2022 investiert haben. Unsere Gesprächspartner bei UCB, Incyte und Shionogi schildern ihre Perspektiven auf Rx-Markenführung. Im Interview erörtert Dr. Thilo Kaltenbach von Roland Berger die Herausforderung der KI-Nutzung. Weitere Beiträge fokussieren die mentale Markenverfügbarkeit und die Sicht der Agenturen auf Rx-Strategien.

TITELTHEMA

16 Ansprache der Ärzteschaft 2023 hat viel Außendienst-Präsenz umfasst

Die monatlichen Spendings für Arztkommunikation der Pharmahersteller und die prozentualen Anteile der Kanäle zeigt eine exklusive IQVIA-Auswertung

22 Anpassung an die neuen Erwartungen der Ärzte

Markenverantwortliche von UCB, Incyte und Shionogi schildern ihre Perspektive auf Strategien für die Rx-Markenführung

28 „Das Außendienstbesuchsmodell hält sich überraschend gut“

Dr. Thilo Kaltenbach von Roland Berger teilt seinen Eindruck vom Status quo in der Arztkommunikation

32 Verordnungsverhalten: Das Thema Präsenz richtig verstehen

Einen Ansatz zur Messung der mentalen Verfügbarkeit im Rx-Markt erläutern Roche Pharma und Interrogare

42 „Crossmedial heißt nicht ‚cross einfach mal quer“

Vier Kommunikationsprofis diskutieren Chancen und Herausforderungen in der crossmedialen Ärzteansprache sowie die Risikobereitschaft der Kunden

NEWS

- 6 Neue ‚Most Trusted Brands‘ bei Vitaminen und bei Schmerzmitteln
- 8 Pflüger will das Supplement-Segment erobern
- 10 Apovid kauft Solvena-Geschäft von Insight Health
- 11 Mediaplus und Wefra Life übernehmen französische Healthcare-Mediaagentur
- 12 Wort & Bild produziert Kundenmagazin für Reha Vital
- 13 Unilever verzichtet für die Kommunikation seiner Marke Dove auf KI
- 14 Kampagnenstarts im April 2024

MÄRKTE

36 OTC-Markt stabilisiert sich trotz herausfordernder Wirtschaftslage

Der BPI hat Zahlen zur Entwicklung des OTC-Markts vorgelegt und gibt einige Einschätzungen

40 Hilfen auf KI-Basis für Sehbeeinträchtigte

Trendone stellt neue Alltagshilfen für Menschen mit Sehbeeinträchtigung vor



Foto: zairaVidal-stock.adobe



Foto: Die Hofphotografen GmbH

50 Tik Tok im Healthcare-Fokus

Die Kurzvideoplattform ist auch für die Healthcare-Branche interessant, wobei es beim Werben einige Besonderheiten zu beachten gilt.

56 Auf dem Innovationspfad

Dr. Anne Sophie Geier sieht sich auf dem richtigen Weg, das Gesundheitssystem von Morgen mitzugestalten und setzt dabei auf Evidenz.

KOMMUNIKATION

46 Marketing des langen Atems

In der GWA-Rubrik beleuchtet in diesem Monat Gastautor Julius Möbius von McCann Düsseldorf das Spielfeld Influencer Marketing

48 Digital, datenbasiert und persönlich

Von der Auswahl der Kanäle über die Aufbereitung von Inhalten erörtert Kathleen Rieser von Intouch zentrale Bausteine der HCP-Kommunikation

MEDIEN

50 Tik Tok gewinnt im Mediamix an Gewicht

Reichweitzuwächse in allen Altersgruppen machen die Plattform für Healthcare-Werbung attraktiv

54 Elpato Medien nimmt Österreich in den Blick

Viel in Bewegung: Die diesjährige Apothekentour ist on the road, außerdem geht in Kürze ein eigenes News-Angebot in der Alpenrepublik an den Start

KARRIERE

56 Die Stimme der digitalen Innovatoren

Für die Interessen des E-Health-Sektors setzt sich die Geschäftsführerin des Spitzenverbands Digitale Gesundheitsversorgung Dr. Anne Sophie Geier ein

59 Köpfe

Roche wirbt Geschäftsführer von Bayer Vital ab, Merck holt Marketingleiterin zurück, Reckitt erhält neuen Regionalleiter DACH u.v.m.

VERANSTALTUNGEN

64 HCF erörtern auf ihrer Frühjahrstagung 2024 effektives Networking

65 Digital Healthcare Days debattieren Künstliche Intelligenz, digitale Medien und OTC-Marketing

66 Women's Health Day: Frauengesundheit stärken

SERVICE

03 Editorial

67 Vorschau/Impressum