



Foto: Jacob Lund – AdobeStock

14 Die Ärzteschaft ansprechen

Pharmaunternehmen wenden sich den Mediziner*innen mit vielen Themen zu. Neben Info-Services rund um Präparate bieten sie teils wissenschaftliche Inhalte an oder thematisieren Innovationsfragen. In vorliegender Ausgabe blicken wir mit Insight Health auf den Rx-Markt und zwei Segmente, die hier Bewegung aufweisen. Anhand des Beispiels sprechen wir über Targeting. Ein weiterer Beitrag zeigt, wie das wissenschaftliche Angebot von drei Unternehmen aufgebaut ist. Zudem erfahren wir, wie AstraZeneca die Awareness der Ärzte für das Thema klinische Studien steigern will.

TITELTHEMA

14 Arztzielgruppen genauer adressieren

Berater bei Insight Health beschreiben, wie sich der Rx-Markt entwickelt, wieviele Patente 2025 auslaufen und was Targeting im Wettbewerb bedeutet

22 Beim Ärzte-Dialog mit wissenschaftlichen Angeboten punkten

Die Falk Foundation, das Consilium und das Hartmann Science Center stellen sich vor und erklären, wie sie HCPs mit ihren Wissensmarken erreichen

30 AstraZeneca will Awareness für klinische Forschung steigern

Dr. Doris Henn von AstraZeneca Deutschland erläutert die Herausforderungen und Strategien bei dem Ziel, die Zahl klinischer Studien zu boosten

34 Personalisierte Interaktion mit akkuraten Daten

Warum die Qualität von Daten für die Personalisierung des HCP-Dialogs entscheidend ist, zeigt Manuel Möller anhand von Daten aus dem Veeva Pulse Report

NEWS

- 6 Sanofi Consumer Health startet unter dem Namen Opella durch
- 8 Bürger nehmen ein Nachlassen in der Versorgung wahr
- 9 DAV übernimmt PTA-Titel von Springer
- 10 Mediaplus und Wefra gründen Healthcare-Division
- 12 Kampagnenstarts im April und Mai 2025

MÄRKTE

40 BPI beobachtet Stimmungsaufhellung

Anja Klauke, Geschäftsfeldleiterin Selbstmedikation beim Bundesverband der Pharmazeutischen Industrie, geht auf einige OTC-Marktthemen ein

42 Medizinisches Personal entlasten

Trendone stellt KI-Systeme vor, die eine Erleichterung für Mitarbeitende in Krankenhäusern bieten können

KOMMUNIKATION

44 PRophy feiert Premiere

Der neue Award für Gesundheits-PR kürte aus 46 Einreichungen sieben Gewinner



44 Wo Awareness auf Impact trifft

Die prämierten Projekte des ersten PRophy zeigen, wie starke Gesundheitskommunikation heute aussehen kann – emotional, strategisch, kreativ.

72 Der Forschungsförderer

Nach mehr als 25 Jahren in der Unternehmensberatung gründete Jörg Heydecke 2022 die ME/CFS Research Foundation, um Spenden für die Forschung zu sammeln.

54 DEI in der Pharmaindustrie: zwischen Anspruch und Realität

Kathleen Rieser von der Good Healthcare Group hebt die Bedeutung von Diversity, Equity und Inclusion als Erfolgsfaktoren in allen Geschäftsbereichen hervor

56 Strategisch statt sporadisch

Die Potenziale auf LinkedIn, um als Pharma-Führungskraft präsent zu sein und Themen zu transportieren, diskutiert Komm.Passion/Team Farner im Gastbeitrag

58 Healthcare Marketing in stürmischen Zeiten

Christoph Witte von Pink Carrots macht sich in der GWA-Serie Gedanken dazu, wie Pharmaunternehmen und Agenturen Resilienz beweisen können

60 Wie Essity auf Bedürfnisse des Praxispersonals eingeht

Best Practice: LeFee hat für die B2B-Ansprache von Essity ‚PraxisHacks‘ realisiert

66 Medizinische Informationen in einer Minute

Vor zwei Jahren startete Unternehmerin Elke Schwarz die MedNews-App Orange Salamander

68 Fast drei Viertel der Deutschen legen Wert auf Gesundheit

Der Branchenreport ‚Health 2025‘ der GIK zeigt, Menschen übernehmen mehr Verantwortung für die eigene Gesundheit

KARRIERE

72 Forschungsförderung als neue Berufung

Eine persönliche Erfahrung brachte den Wendepunkt für die berufliche Neuorientierung von Jörg Heydecke und sein Engagement für die Erforschung von ME/CFS

75 Personalien

Neue Geschäftsführer bei Astellas, Ascendis, Incyte, Boehringer Ingelheim u.v.m.

MEDIEN

62 Ärzteplattformen bauen Personalisierung aus

Online-Netzwerke wie Coliquio, Esanum und Doc-Check reagieren auf das Bedürfnis der Ärzte nach interessenbasierten Inhalten

SERVICE

3 Editorial

79 Vorschau/Impressum