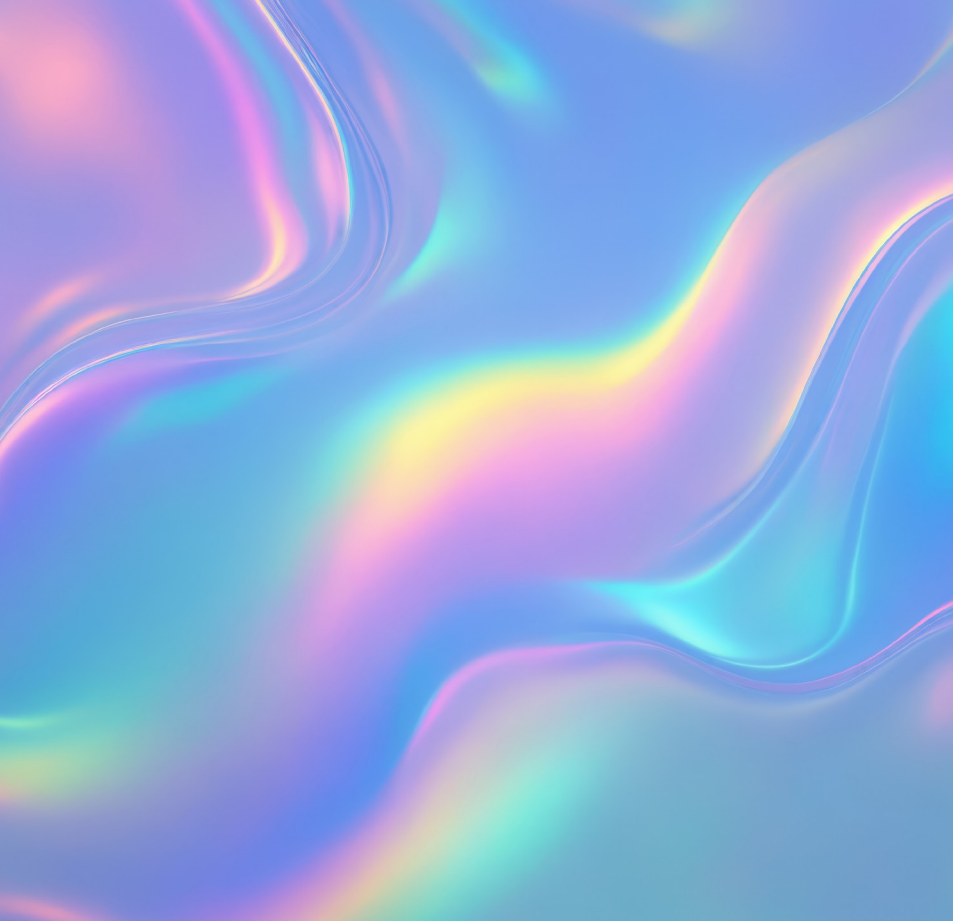




22 Comprix 2026

Der Comprix ist einer der wichtigsten Wettbewerbe für Healthcare-Kreation im deutschsprachigen Raum und zeichnet herausragende kreative Kampagnen aus. Die 33. Ausgabe verdeutlicht, wie dynamisch sich Kommunikation und ihre kreativen Disziplinen weiterentwickeln. Aus einem Feld von 353 Einreichungen wurden 31 Awards ausgezeichnet; hinzu kamen drei Prämierungen an Talente beim Young Comprix. Neben dem Blick auf die Highlights und die preisgekrönten Arbeiten stehen auch Neuerungen und die Einschätzungen der Jury im Fokus, die die Entwicklungen des Wettbewerbs einordnen.

Foto: Dmitry K. – AdobeStock

TITELTHEMA

22 Im Club der Fantasie werden Ideen zu Gewinnern

Die erfolgreichsten Einreichenden des Comprix 2026 sind Scholz & Friends, Peix Health Group und Mensch Kreativagentur

40 Die preisgekrönten Arbeiten

Ein Überblick über die 31 Gewinner-Kampagnen des Comprix sowie alle Finalisten

80 Young Comprix: Junge Kreative zeigen hohes Niveau

Beim Nachwuchspreis des Comprix konnten sich drei junge Mediendesign-Absolventen der DHBW Ravensburg über Gold freuen

84 „Ohne den Comprix wären viele Kampagnen nie möglich gewesen“

Bernd Schmittgall, Gründer der Schmittgall Werbeagentur und Mitinitiator des Comprix, teilt im Interview Erinnerungen an die Anfänge des Wettbewerbs

NEWS

- 6 Dr. Scheffler überarbeitet den Look von Additiva
- 7 Eltern.de richtet sich strategisch neu aus
- 8 Haleon ist der erste UEFA-Partner für Gesundheit
- 10 RehaVital lanciert Plattform von Sanitätshäusern
- 11 Digitales Couponing ist im Aufschwung
- 12 Med-Update schärft sein Profil
- 13 Kampagnenstarts im Mai 2026



14 Klosterfrau in die Zukunft führen

Für den seit 1826 bestehenden OTC-Anbieter ist Markenführung seit den Anfängen zentral. Heute geht es um moderne Ansätze für starke Brands.

84 Zeitreise zu den Comprix-Anfängen

Comprix-Mitinitiator Bernd Schmittgall erinnert an die Gründung, kreative Aufbruchsstimmung und Kampagnen, die neue Maßstäbe in der Branche setzten.

MÄRKTE

14 Klosterfrau feiert 200 Jahre und forciert die Markenarbeit

Zur aktuellen und künftigen Strategie von Klosterfrau im Apothekenmarkt befragen wir Markus Reker, Vice President Pharma in der Consumer-Healthcare-Sparte

20 Longevity für den Mainstream: Potenziale für OTC-Marken

Viele Marken-Teams wollen den Longevity-Trend nutzen – worauf dabei zu achten ist, beleuchten Marktforscher bei September Strategie & Forschung

KOMMUNIKATION

88 Vom Planer zum Datenstrategen

Dr. Sebastian Vögler von Wefra Life Mediaplus macht in der GWA-Serie deutlich: Mediaagenturen stehen vor einem Wendepunkt

KARRIERE

90 Personalien

Carl Zeiss Meditec holt Bronwyn Brophy O'Connor, Cheplapharm erweitert Vorstand, Nicole Keibel leitet Marketings der HanseMerkur u.v.m.

VERANSTALTUNGEN

93 PRophy: Starke PR-Arbeit prämiert

94 MWO Expert:innen-Lounge: Podcasts und KI-Suche prägen neue Dialogformate

SERVICE

03 Editorial

95 Vorschau/Impressum