



Foto: James Thew - stock.adobe.com

14 GenZ auf Augenhöhe begegnen

In einem hart umkämpften Wettbewerb um junge Bewerber müssen Pharma-Unternehmen ihre Kommunikation neu aufstellen, um die Generation Z für sich zu gewinnen. Neben der authentischen Präsentation des Unternehmensalltags rücken vor allem der tiefere Sinn hinter der Arbeit in den Mittelpunkt, wie unsere Experten-Umfrage auf Agentur- und Unternehmensseite ergeben hat.



30 Silberwürdige B2B-Arbeiten

Beim ‚Spot des Monats‘ im Juli 2019 beweisen zwei B2B-Arbeiten, dass auch erklärungsbedürftige Produkte unterhaltsam inszeniert werden können.



Foto: Marim Foddanu Photography

46 Die Besten gehören ins Netz

Das Businessnetzwerk Healthcare Frauen will eine Möglichkeit zum fachlichen, persönlichen und geschäftlichen Austausch bieten.

TITELTHEMA

- 10 GenZ auf Augenhöhe begegnen**
Bayers Personalmarketingleiter Bernd Schmitz schildert Ziele und Strategien bei der Ansprache von jungen Bewerber-Zielgruppen
- 14 Schlüsselfaktor Authentizität**
Um Nachwuchs zu gewinnen, muss die Pharma-Industrie ihre Kommunikation neu aufstellen. In den Fokus rückt das Thema ‚Sinn hinter der Arbeit‘
- 18 Arbeitgeber-Markenpflege über Social Media**
Im Kampf um junge Talente setzt die Industrie verstärkt auf die Kommunikation per Facebook, Instagram, Xing & Co.

NEWS

- 6 IQVIA akquiriert Die Jäger Health und Aposphäre**
- 6 pilot eröffnet neuen Standort**
- 8 Hermes kauft OTC-Marken**
- 9 Aktuelle Kampagnenstarts**

MÄRKTE

- 22 Wie Verbraucher die Markenveränderung beim Drogeriemarkt dm wahrnehmen**
dm positioniert die Gesundheitsmarke Das Gesunde Plus unter dem neuen Namen Mivolis. Ears & Eyes untersuchte die Wahrnehmung bei den Konsumenten
- 26 Relevanz von Patienten-Interviews in Zeiten von Big Data**
Claudia Spitzner von Ipsos beschreibt die Herausforderung, passive Daten und Befragungen zu kombinieren
- 28 Alexa erobert den Gesundheitssektor**
Innovationen für den Einsatz von Sprachassistenten, etwa zum Monitoring von Herzkranken, ermittelt TrendOne

Dieser Ausgabe von ‚Healthcare Marketing‘ ist eine Beilage der Firma EUROFORUM Deutschland GmbH beigelegt. Wir bitten um Beachtung.



Markenführung Erkältungsmittel
Dieser Ausgabe liegt ebenfalls das ‚Healthcare Marketing‘-Sonderheft zum Thema ‚Markenführung Erkältungsmittel‘ bei. Wir wünschen eine anregende Lektüre!

KOMMUNIKATION

- 30 Spot des Monats: Zwei B2B-Spots versilbern den Juli 2019**
B2B-Arbeiten haben im Juli klar die Nase vorn – vier Filme erhalten Bronze, sechs landen auf der Shortlist
- 36 Flexibleres Interimsmanagement im Pharma-Marketing ermöglichen**
Dr. Frank Birnbaum von der Healthcare Manufaktur über zeitlich befristetes Marketing-Personal
- 38 Hand in Hand zum Erfolg**
Christoph Witte, CEO Pink Carrots, beleuchtet in der GWA-Serie das Kunden-Agentur-Geflecht

MEDIEN

- 40 PKV macht Gesundheit digital**
Die elektronische Patientenakte ist ein wichtiger Schritt in Richtung digitale Transformation, konstatiert Andreas Kolb von der Versicherungskammer
- 42 Nettdoktor wird Teil von Burda**
Mit der Übernahme von Nettdoktor stärkt das Medienunternehmen seinen Zugang zu den an Gesundheit interessierten Onlinern

KARRIERE

- 44 Personalien**
Christoph Zindel in den Vorstand der Siemens Healthineers berufen, Dr. Jürgen Ott heuert bei Dermapharm an, Caroline Lippe leitet Marketing bei Philips u.v.m.
- 46 Die Besten gehören ins Netz und an die Spitze**
Wie die Healthcare Frauen (HCF) Managerinnen der Gesundheitsbranche fördern und mit gezielten Projekten eigene Impulse setzen wollen

SERVICE

- 3 Editorial**
- 50 Termine**
- 51 Vorschau/Impressum**