



**14** **Arztkommunikation im Wandel**

Infolge der Corona-Pandemie verlagerte sich die Arztkommunikation stark ins Digitale. Jedoch bleiben Präsenzangebote wie Außendienst und Fortbildungen künftig relevant im Multichannel-Mix. Das zeigen Äußerungen von Entscheidern und Marketingverantwortlichen aus neun Pharmaunternehmen. Sie sprechen in ‚Healthcare Marketing‘ über Erfahrungen, Learnings, den künftigen Kanal-Mix und nächste Schritte der Digitalisierung in der Arztkommunikation.

Foto: Konstantin Suryagin



Foto: Burda

**38** **Breit aufgestelltes Portfolio**

Kay Labinsky, Geschäftsführer von BurdaLife, spricht im Interview über die Entwicklung der Angebote im Gesundheitsmarkt.



Foto: Instahelp

**46** **Sprachrohr für mentale Gesundheit**

Als CEO von Instahelp, einer Plattform für psychologische Online-Beratung, kämpft Dr. Bernadette Frech für einen offeneren Umgang mit psychischer Gesundheit.

**TITELTHEMA**

**14** **Zielgruppe Arzt im Brennpunkt**

Entscheider und Marketingverantwortliche aus neun Pharmaunternehmen geben Einblicke in die Veränderung der Arztkommunikation infolge der Corona-Pandemie und richten den Blick in die Zukunft

**NEWS**

- 6 Apotheker-Geschäftserwartung stabilisiert sich nach Rückgang
- 6 Bayer präsentiert Iberogast-Produktvariante und neues Packungsdesign
- 8 Bristol Myers Squibb gestaltet Unternehmensmarke neu
- 10 Zur Rose-Gruppe akquiriert TeleClinic
- 10 Pharmabranche während der Pandemie mit Export-Zuwachs
- 12 Kampagnenstarts im Juli 2020

**KOMMUNIKATION**

**28** **Erfolgsfaktoren für virtuelle Veranstaltungen**

Uwe Spitzmüller, Partner bei Spirit Link, erörtert die Umsetzung von Veranstaltungen im digitalen Raum

**30** **Hybrid-Lösungen für den Außendienst**

Die Branche ist dabei, ihre Vertriebsstrategien und die Rolle des Außendienstes neu zu definieren

**32** **Interaktive Online-Trainingskonzepte im Vertrieb**

Best Practice von face to face über ein ins Digitale zu switchendes Außendienst-Training bei Weleda

**34** **Haltung und Werte zeigen**

Tobias Bartenbach reflektiert in der Reihe ‚Übern Tag hinaus denken‘ die Bedeutung von Werten in der Healthcare-Kommunikation

**36** **Darmentgiftung – ein unbesetztes Feld in Apotheken**

Nicole Willms von Schmittgall Health schildert im Best Practice die Umsetzung einer Launch-Kampagne im Detox-Segment für Dr. Kade

**MEDIEN**

**38** **Ganz nah am Konsumenten**

Hubert Burda Media und Partner wollen im Zukunftspakt Apotheke die Customer Journey begleiten – dazu Kay Labinsky, Geschäftsführer von BurdaLife

**KARRIERE**

**42** **„Digitaler Wandel ist ein hochgradig kommunikativer Prozess“**

In der New Work-Serie gewährt Marc Raschke, Leiter der Unternehmenskommunikation, Einblicke in die Kommunikation des Klinikums Dortmund

**46** **Raum für Emotionen**

Mentale Gesundheit und Female Entrepreneurship sind die zwei Themenfelder, die die Geschäftsführerin von Instahelp, Dr. Bernadette Frech, bewegen

**50** **Personalien**

Veränderungen in der Merck-Geschäftsleitung, Nenad Pavletic neuer Geschäftsführer von Gedeon Richter, Benjamin Thämlitz steigt bei Takeda auf, u.v.m.

**SERVICE**

- 03 Editorial
- 55 Vorschau/Impressum



**Markenführung Muskel- und Gelenkschmerzmittel**

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