Foto: Angkanasu – AdobeStock

14 Touchpoints im OTC-Markt

Menschen zu erreichen, die sich mit Selbstmedikation um ihre Gesundheit kümmern wollen – das ist heute über viele Kanäle möglich.
Das Verhalten der Zielgruppen in diesen Kanälen verändert sich aber, und auch Markteffekte sorgen für Dynamik.
Für den näheren Blick auf einige Aspekte finden Sie Berichte über Umfragen und Analysen im vorliegenden Heft. Sie zeigen beispielsweise, wie sich die Verbrauchergruppen unterscheiden, die nur stationär vs. nur online OTC-Produkte gekauft haben. Sie zeigen auch, wie verschiedene Marktakteure die Inflation wahrnehmen und wie die Apothekenfachkräfte sich beruflich informieren.

Titelthema

14 Apothekenteams zeigen sich angespannt, aber interessiert

Eine Umfrage von Apothekia und ‚Healthcare Marketing' hört sich in OTC-Empfehler-Zielgruppen um

20 Online-Käufer zeigen andere Kanal- und Produktpräferenzen

YouGov untersucht mit Profiles-Daten, wodurch sich die Nur-Online-OTC-Käufer unterscheiden

26 Hat die Inflation Einfluss auf den OTC-Markt?

Der Bundesverband der Pharmazeutischen Industrie und das Netzwerk Loge8 haben bei Verbrauchern, Apotheken und OTC-Herstellern diese Frage gestellt

News

6 Sanofi spielt in Buscopan-Aktion mit High-Fashion-Posen

8 Dr. Wolff feilt an Auftritt von VagisanCare

10 Ausstellung ermöglicht Blick auf die Pandemie-Kommunikation

11 FischerAppelt sieht im ‚DigitAger-Report' Aufklärungsbedarf bei Senioren

12 Kampagnenstarts im Juli 2023

Märkte

32 Neue Zielgruppen mit der heilenden Kraft der Erde erschließen

Geschäftsführerin Ariane Kaestner erläutert, wie sich Luvos Heilerde in 100 Jahren weiterentwickelte

34 Kanäle im Teamplay von Marketing und Vertrieb sondieren

Kathrin Leim, Head of Brand Management bei Engelhard Arzneimittel, spricht über die OTC-Kanalvielfalt

36 Im Alter eigenständig bleiben

Trendone zeigt Apps und Geräte, die Senioren das Leben erleichtern sollen

Kommunikation

38 Inizio nutzt Umfirmierung zur strategischen Unternehmensentwicklung

René O. Godau, Vice President International Business Development, erklärt den Wandel von Ashfield Engage

40 Branding-Alarm für OTC-Marken? Warum Bekanntheit wichtiger wird

Dr. Uwe H. Lebok von K&A BrandResearch und Tino Niggemeier von Xeomed schildern, was es bedeutet, wenn mehr OTC-Käufe ohne Beratung stattfinden

Foto: Luvos

32 Die heilende Kraft der Erde

Luvos Heilerde will die Kommunikation mit Ärzten und Apothekern intensivieren und mit neuen Produkten weitere Zielgruppen ansprechen.

Foto: Angelini Pharma

60 Mit Spontaneität durch die Krise

Als Verantwortliche fürs OTC-Sortiment bei Angelini Pharma Deutschland meisterte Daniela Sommer viele Herausforderungen in den letzten drei Jahren.

44 The Taste of Thymian: Wenn Markenliebe durch den Magen geht

Best Practice: Isgro Markenraum präsentierte den Hustenlöser Aspecton mit einer kulinarischen Kampagne

46 Der Innendienst kann einen Unterschied im Apothekenvertrieb machen

Zu einer Omnichannel-Strategie für den Innendienst rät Dr. Claudine Dojahn, Good Healthcare Group

48 Wie eine Hautkrankheit zur Beauty Brand wurde

In einem Best Practice stellt Cake seine Awareness-Kampagne für die Krankheit Urtikaria vor

50 Agenturen in Netzwerken – Impulsgeber oder Imagepflege?

Tobias Bartenbach, Bartenbach AG, plädiert in der GWA-Serie für ein Engagement in regionalen Gesundheitsnetzwerken

Medien

52 Die neue Transparenz bei OTC-Kampagnen

Leonie Bücher von IhreApotheken beschreibt strategische Möglichkeiten durch eine Apotheken-Infrastruktur

54 KI kann die Qualität der Fortbildung steigern

Zehn Jahre Apothekia: Marcus Kroll erzählt, wie sich die E-Learning-Plattform seit der Gründung veränderte

56 Expopharm setzt 2023 verstärkt auf Innovationsthemen

Madlen Bürge, Geschäftsbereichsleiterin Messe und Kongresse bei Avoxa, erörtert das Expopharm-Konzept

58 Konsumenten ansprechen basierend auf Käuferdaten

Gregor Leopold von GlobalAMZ erklärt, wie sich das Werbetool Amazon DSP für OTC-Marken nutzen lässt

Karriere

60 Erfolgsrezept: Herz, Verstand und ein Quäntchen Glück

Daniela Sommer erzählt im Porträt, wie Angelini Pharma mitten in der Krise sein OTC-Sortiment erweiterte

63 Personalien

Dexcom bekommt neuen Vice President für die DACHS-Region, PwC mit neuem Leiter Health Industries, Garmin baut Marketingteam aus u.v.m.

Service

03 Editorial

67 Vorschau/Impressum