



Foto: Irina Strehnikova – AdobeStock

14 Offizin als Ziel der Marke

Das OTC-Marketing hat inmitten vieler bekannter Veränderungen weiterhin das Ziel, Marken stark zu positionieren. Die Apotheke bildet einen Knotenpunkt in OTC-Strategien, die sich über mehrere Werbe- und Vertriebskanäle erstrecken. Einige Aspekte betrachten wir hier: Insight Health bringt Marktzahlen und strategische Überlegungen ein. Sempora Consulting diskutiert Chancen im Segment Apothekenkosmetik. Wir sprechen mit Hermes Arzneimittel und Schwabe über Maßnahmen-Orchestrierung und Fachformate. Strategieberater Henrik Schöpfer geht auf den Außendienst ein. Und Bonsai Research stellt Erkenntnisse aus einer Werbewirkungsstudie vor.

TITELTHEMA

14 Differenzierung des Angebots lokaler Apotheken gewinnt an Bedeutung

Insight Health liefert aktuelle Zahlen zum OTC-Markt sowie Gedanken über die Offizin der Zukunft

26 „Die persönliche Beziehung ist für uns sehr wichtig“

Claudia Nytz, Head of Marketing bei Hermes Arzneimittel, spricht über die Bedeutung von Apotheken bei der OTC-Markenführung und orchestrierte Strategien

28 Schwabe launcht zwei neue Fortbildungsformate

Der Phyto-Hersteller startet eine Masterclass und eine digitale PTA-Schulung mit Gamification

MÄRKTE

22 Der Markt, der aus der Zukunft kommt

Was Apothekenkosmetik zum kompetitiven „Hothouse“ macht, ergründen Franziska Bayer und Ulrich Zander von Sempora Consulting

32 Mehr Qualität statt Quantität im Apothekenvertrieb

Gastautor Henrik Schöpfer analysiert, wie sich der OTC-Außendienst für Apotheken anders steuern lässt

36 Was Out-of-Home-Werbung in Apothekennähe für Marken leistet

Bonsai Research hat die Werbe- und Absatzwirkung einer Kampagne für die Marke Hylo untersucht

NEWS

- 6 Haeon baut Centrum um eine Linie fürs gesunde Älterwerden aus
- 8 Sanicare will Plattform in den Niederlanden gründen
- 9 E-Commerce-Erlebnisse im Gesundheitsmarkt haben sich verbessert
- 10 „Lass Dich nieder“ erfährt optischen Relaunch
- 12 Kampagnenstarts im Juli 2025

KOMMUNIKATION

40 Longevity als Chance: Wie Marken Apotheken unterstützen können

Im Interview erklärt Apothekerin Carole Holzhäuer, worauf es bei Kommunikation und Schulung ankommt

44 Technologie ersetzt keine Agentur

Ein Plädoyer für Agenturen als Koordinatoren und kreative Impulsgeber der Kommunikation von Heiko Pröger, Spirit Link, in der GWA-Serie



Foto: Vadym – AdobeStock

40 Apotheken-Insights aus erster Hand

Carole Holzhäuer zeigt, warum es in der Offizin mehr braucht als Werbeslogans – und weshalb individualisierte Prävention zunehmend an Bedeutung gewinnt.



Foto: Alex Habermehl/Hevert-Arzneimittel

62 Kontinuität statt Zickzack-Kurse

Mathias Hevert erzählt, wie er Geschäftsführer von Hevert-Arzneimittel wurde, worauf er bei der Führung Wert legt und wie das Unternehmen wachsen soll.

46 Erfolg jenseits von Klickzahlen

Im Best Practice zeigt Isgro Wissensraum, wie Kommunikation für seltene Erkrankungen gelingen kann

48 Bewegtbild in der Kommunikation effektiv einsetzen

Gastautoren von EUMARA erörtern, wie sich Bewegtbildformate durch Pharmaunternehmen nutzen lassen

52 Hitverdächtige Kampagnen für Dental-Marken

Das Magazin ‚Dental Marketing‘ hat die Dental Marketing Awards verliehen – das sind die Gewinner

MEDIEN

56 Expopharm 2025 im Zeichen des Umbruchs

Mit verändertem Zeitrahmen, neuen Formaten und klarem Zukunftsfokus will die Branchenmesse dem Apothekenmarkt neue Impulse geben

58 Konsumenten in kaufbereiten Situationen erreichen

Retail Media bietet Healthcare-Werbetreibenden neue datenschutzkonforme Werbemöglichkeiten. Weiteres Wachstum könnte das E-Rezept bringen

60 Amazon-KI „Rufus“ verändert das Spiel

Die Integration der KI führt zu Änderungen in der Produktsuche, Advertising Placement und der Mediasteuerung, erklärt Gregor Leopold von GlobalAMZ

KARRIERE

62 Der Markenhüter

Mathias Hevert, Geschäftsführer von Hevert-Arzneimittel, spricht im Porträt über seinen Werdegang

66 Personalien

Susanne Lamminger tritt in den Hexal-Vorstand ein, Medac verstärkt die Geschäftsleitung, Jean-Michel Quinot ist jetzt COO bei AOP Health, u.v.m.

SERVICE

3 Editorial

70 Vorschau/Impressum