

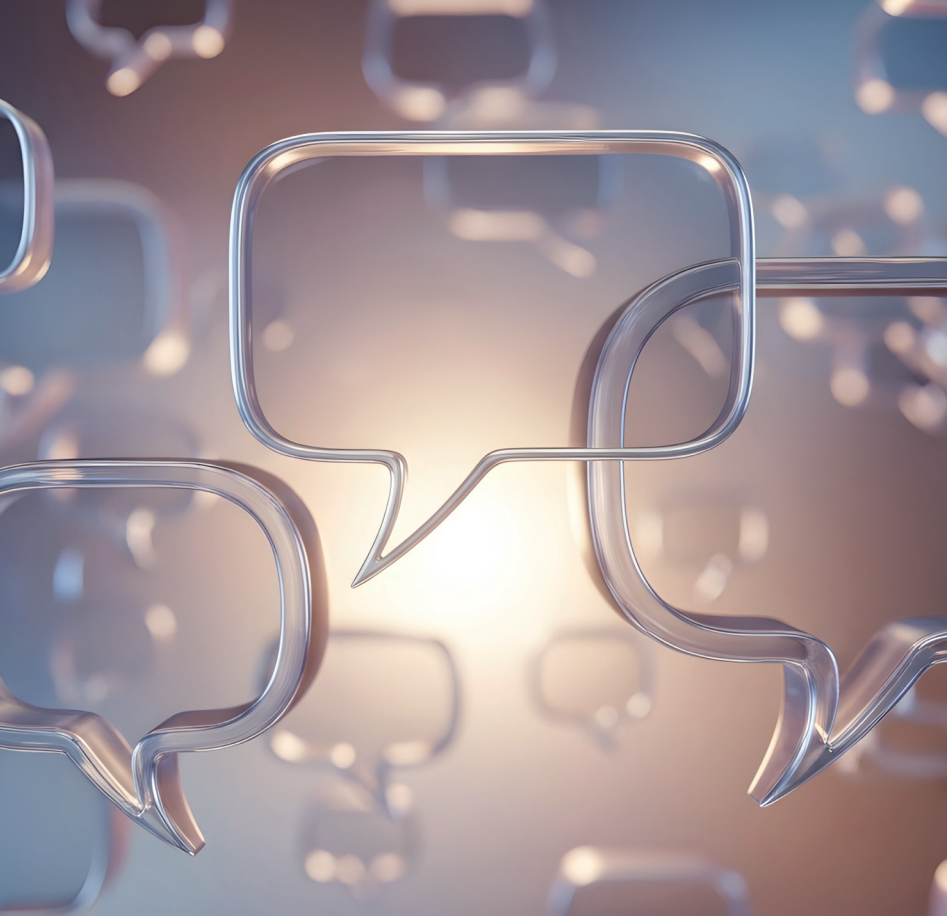


Foto: Tanny Prome – AdobeStock

16 OTC-Empfehler anvisiert

Fachkräfte in der Offizin sind für OTC-Marketing-Teams eine zentrale Zielgruppe. Verschiedene Faktoren beeinflussen die Frage, wie es gelingt, einen erfolgreichen Dialog aufzubauen.

Ein Aspekt ist, wie der OTC-Markt sich ökonomisch entwickelt. Das beleuchtet vorliegendes Heft anhand einer Auswertung von DatamedIQ.

Zudem kommt es auf die Wünsche der Zielgruppe an. Über die Perspektive in der Offizin reden wir mit Apothekerin Anike Oleski und stellen Umfrageergebnisse von DAP vor.

Es braucht auch Kommunikationsideen der Hersteller – wir zeigen Beispiele von Engelhard, Pohl-Boskamp und Salus.

TITELTHEMA

16 Im zurzeit rückläufigen OTC-Markt bewahren E-Apotheken einen Zuwachs

Zahlen von DatamedIQ und Insight Health spiegeln die Markt- und Kanal-Performance wider

20 Engelhard macht Marken mit Fachkräfte-Events erlebbar

Ann-Katrin Frank, Chief Commercial Strategy Officer bei Engelhard, zieht eine Bilanz der Selfcare Saturdays

24 Kommunikation gehört zum Versorgungsauftrag

Anike Oleski, Inhaberin der Berliner MediosApotheke, erklärt, warum etwa digitale Sichtbarkeit wichtig ist

28 Die Gestaltung der OTC-Werbemittel motiviert Apothekenteams seltener

Eine Umfrage des DeutschenApothekenPortals untersucht die Gründe der Fachkräfte, Materialien zu nutzen

30 Pohl-Boskamp macht die Fachansprache mobil

Der Hersteller hat seine Apotique als App relauncht

32 Salus unterstützt Floradix mit Arztansprache

Wie die ‚effektiver‘-Kampagne bei der Marke Floradix den etablierten Apothekendialog flankiert

34 Potenzial von OTC-Kommunikation längst noch nicht ausgeschöpft

Eine Umfrage unter Apothekenteams von Eumara und dem DeutschenApothekenPortal zeigt Nachholbedarf in der OTC-Kommunikation

NEWS

- 6 Die Most Trusted Brands 2026 liegen stabil vorn
- 7 KI gewinnt in der Gesundheitsversorgung an Akzeptanz
- 8 Radikaler Umbau bei Burda Media
- 10 Wiedemann Pharma krempelt den visuellen Auftritt um
- 11 Kaske Group bekommt neuen Gesellschafter
- 12 Healthcare-Umsätze der PR-Agenturen bleiben stabil
- 14 Kampagnenstarts im Juli 2026

KOMMUNIKATION

36 Agentur und Kunde auf Augenhöhe

Neun Expertinnen und Experten diskutieren, was eine erfolgreiche Agentur-Kunden-Beziehung ausmacht

44 Biosimilars unverwechselbar machen

Best Practice: Isgro entwickelte für Celltrion Healthcare ein Tier-System, das die Biologika repräsentiert



Foto: Andrii - AdobeStock



Foto: Apomedica

36 Partnerschaft neu gedacht

Vom Dienstleister zum Sparringspartner: Die klassische Rollenverteilung zwischen Agentur und Kunde gerät ins Wanken und braucht neue Modelle.

62 OTC-Mittelstand als Umfeld gefunden

Jan Schlegel treibt als Deutschlandgeschäftsführer bei Apomedica den Aufbau der Marke Dr. Böhm voran. Nach Konzern-Erfahrungen schätzt er den Mittelstand.

46 Stiftung Gesundheit als Wegweiser im Gesundheitssystem

Der Vorstandsvorsitzende Christoph Dippe und die Redaktionsleiterin Alexandra Köhler geben Einblicke in die Arbeit der Organisation

48 Warum Pharma-Marketing nicht erst am HV-Tisch beginnen darf

GWA-Serie: Freia Katharina Fischbach und Kai Wanner, Die Crew, schreiben über Vertriebskommunikation

MEDIEN

52 Fachmedien setzen auf Digitaloffensive

Die Mediennutzung in Apothekenteams wird digitaler und zugleich fragmentierter. Fachverlage bauen deshalb ihre Online-Angebote aus

56 Kreative Lernformate bereichern den Apothekenalltag

Gastautorin Annkathrin Kropp vom PTA Channel widmet sich der Aufbereitung von digitalem Content

58 Die Expopharm als Spiegel des Wandels im Apothekenmarkt

Im Gespräch blickt Avoxa-Geschäftsführer Metin Ergül auf Entwicklungen der Branche und der Messe

KARRIERE

62 Im Pharma-Mittelstand etwas bewegen

Der Deutschlandgeschäftsführer bei Apomedica, Jan Schlegel, spricht über berufliche Stationen und Ziele

66 Personalien

Wechsel im Bereich Pharmacy bei Beiersdorf, DAV mit neuer Führung, Doppelspitze bei Dk Life Sciences u.v.m.

VERANSTALTUNGEN

70 Dental Marketing Award 2026: Plattform für Dental-Kommunikation

SERVICE

03 Editorial

71 Vorschau/Impressum