



Foto: jmel - StockAdobe

32 Print weiter an der Spitze

Die LA-Med Facharzt-Studie 2022 ist erschienen und beleuchtet unter anderem die Reichweiten der abgefragten Fachzeitschriften in acht Themenfeldern. ‚Healthcare Marketing‘ bereitet die Resultate im Vergleich mit vorherigen Studien auf. Wie die Veränderungen zu bewerten sind und wie die Titel-Macher auf Trends in den Leserzielgruppen reagieren, dazu äußern sich mehrere Verlagsmanager. Fragen rund um die Studienergebnisse beantworten zudem die LA-Med-Vorstandssprecherin sowie zwei Experten aus Mediaagenturen.

TITELTHEMA

- 32 LA-Med Facharzt-Studie 2022 bekräftigt Print-Relevanz**
Für rund 70 medizinische Fachzeitschriften liegen neue Leistungsdaten vor. Im Überblicksbeitrag gibt es Zahlen sowie Kommentare von Branchenakteuren
- 52 „Zusammenspiel unterschiedlicher Kommunikationswege“**
Die Vorstandssprecherin der Arbeitsgemeinschaft LA-Med, Dr. Monika von Berg, diskutiert im Kurzinterview einige Untersuchungsaspekte
- 54 Detailliertere Daten zum Informationsverhalten erwünscht**
Die LA-Med-Studie dient als Werkzeug für die Mediaplanung. Verantwortliche von Dpmed und MW Office ordnen die aktuellen Ergebnisse ein

NEWS

- 6 Mehr Patientengruppen sehen gute Reputation von Pharma
- 8 Medudy will Videokurse für Mediziner anbieten
- 10 Orthomol positioniert Linie mit Darmsymbionten
- 12 Insight Health gehört jetzt zu CGM
- 14 Anwärter auf den Effie 2022 stehen fest

MÄRKTE

- 16 Pharmaunternehmen suchen Spezialisten fürs moderne Marketing**
Über den War for Talents bei Pharmaunternehmen, speziell bei Aufgabenfeldern in der Rx-Kommunikation, sprechen drei Fachleute für Recruiting
- 22 Vernetzte Bewegungsförderung**
Trendone stellt Entwicklungen vor, die darauf abzielen, Mobilisation bei Bewegungseinschränkungen zu fördern



Foto: VectorMine – StockAdobe



Foto: Avoxa

16 Pharma-Marketing personell stärken

Der Fachkräftemangel zählt zu den Herausforderungen 2022. Das Aufgabenfeld Rx-Marketing ist auch betroffen, schildern drei Personal-Consultants.

56 Mehr Austausch ermöglichen

Mit weiteren zielgruppenspezifischen Angeboten und neuen Netzwerkformaten will die Expopharm auf veränderte Bedürfnisse im Apothekenmarkt reagieren.

KOMMUNIKATION

24 Mehr Authentizität und Diversität in der Werbung

Unternehmen wie Reckitt, Essity und Procter & Gamble setzen Zeichen in ihrer Kommunikation und brechen geschlechtsspezifische Normen auf

28 Leadership in Krisenzeiten: Eine Frage von Selbst- und Teamführung

In der GWA-Serie plädiert Stephanie Heuser von Pink Carrots dafür, sich mit Coachings fit zu machen für die sich wandelnden Anforderungen in der Arbeitswelt

30 Health Campus ermöglicht flexible Fortbildung

Havas Life Bird & Schulte gibt im Best Practice Einblicke in die Umsetzung einer digitalen Plattform für die Fortbildungsangebote von Grünenthal

MEDIEN

56 Digitale Weichenstellungen

Nach zwei Jahren Pause kehrt die Expopharm im September 2022 unter anderem mit neuen Netzwerk-Formaten zurück

KARRIERE

60 Personalien

Führungswechsel bei Gilead Deutschland, neuer Vorstandsvorsitzender bei Fresenius, Kaia Health beruft neuen Head of Europe, Intermedix formt Team für internationale Ausrichtung, u.v.m.

SERVICE

03 Editorial

67 Vorschau/Impressum