



22 Vorreiter und Vordenker

Die Healthcare-Marketing-Branche steht vor vielen spannenden Themen: Digitalisierung, Marken stärken, öffentliche und politische Wahrnehmungen verändern, und das in verschiedenen Sektoren wie OTC, Medizintechnik, Einzelhandel und Krankenkassen.

Inspirierend ist dann zu sehen, wie Menschen diese Ziele angehen. Die aktuelle Ausgabe widmet sich in vier Beiträgen Persönlichkeiten aus Marketing und Management sowie einem Branchenverband. Wir betrachten ihre Strategien, Haltungen und konkreten Maßnahmen.

Fotos: Barmer; Douglas; BVMed; Darius Ramazani; Ina Strohbücker

TITELTHEMA

22 Persönlichkeiten im Healthcare Marketing

Die jährliche Schwerpunktausgabe richtet den Blick auf vier Menschen, die Herausforderungen managen

26 „Auf sich ändernde Marktanforderungen agil reagieren“

Florian Sieben steuert das DACH-Geschäft der Gesundheitssparte von Procter & Gamble. Ein Ziel ist, Marketing und Vertrieb stärker zu verzahnen

30 „Digitalisierung darf nie Selbstzweck sein und braucht ethische Leitplanken“

Barmer-Marketingchef Christian Bock will digitale Kluft überwinden und die Zielgruppen mit überraschenden Themen begeistern

34 Beauty trifft Gesundheit

Die Marke Douglas befindet sich mit dem Eintritt in die Gesundheitsbranche im Wandel. CMO Caroline Schmitt gestaltet diese Transformation aktiv mit

38 Branchen-Wahrnehmung durch politische Kommunikation stärken

BVMed-Geschäftsführer Dr. Marc-Pierre Möll will, dass die Medizintechnologie sichtbarer wird. Dafür soll unter anderem eine neue Dachkampagne sorgen

NEWS

- 6 J&J enthüllt Marke für geplante Consumer-Health-Company
- 8 Bayer Vital erweitert Aufklärungskampagne ‚wertvoller‘ um Videomagazin
- 10 Moderna entscheidet sich für Digitas Pixelpark als Leadagentur
- 14 Thieme und Doctolib vereinbaren Kooperation
- 15 Mediatly kommt nach Deutschland
- 16 Kampagnenstarts im August/September 2022

MÄRKTE

42 Anzeichen erkennen und dokumentieren

Trendone stellt Tools vor, die helfen, Parkinson-Symptome zu erkennen und Veränderungen zu tracken

Hinweis

Dieser Healthcare Marketing-Ausgabe liegt eine Beilage des Comprix bei. Wir bitten um Beachtung.



Foto: ipopha – AdobeStock



Foto: Rawpixel.com – Fotolia

54 Shopper-Targeting kommt ins TV

Kairion-CEO Dennis Deicke will das Targeting-Angebot für Healthcare-Shopper-Gruppen nun auch fürs TV anbieten.

66 Ein Monat voller Branchenevents

Im September 2022 traf sich die Branche etwa auf der Expopharm, beim Pharma Trend & Innovation Award, beim Health Lab by Burda. Wer war dabei?

KOMMUNIKATION

44 Von Mende feiert 25-jähriges Bestehen

Gründerin Swea von Mende lässt Meilensteine der Agenturgeschichte Revue passieren und blickt nach vorn

46 Ärzte-Personas und die passende kommunikative Ansprache

Irena Leuthold und Dr. Uwe Lebok von K&A Brand-Research plädieren für einen Perspektivwechsel, der das Verhalten von Fachzielgruppen im Kontext beurteilt

50 Customer und Employee Experience als Schlüsselfaktoren

Ingrid Wächter-Laupe von Wächter Worldwide Partners erörtert in der GWA-Serie zwei Schlagworte, die auf die Agenda von Marketeers gehören

52 Digitale Wissensvermittlung trifft auf natürlich wirksame Arzneimittel

Best Practice: Wala Heilmittel hat gemeinsam mit Face to Face ein Digitalformat für Apothekenteams umgesetzt

MEDIEN

54 Kairion forciert Shopper-Targeting auf dem Big Screen

Wie die ProSiebenSat.1-Tochter datengetriebene Bewegtbildlösungen ausbauen will

KARRIERE

56 Kollaboration für den Change

Disruptive Entwicklungen erfordern ein Umdenken auch auf Seiten der Leader, ist HCF-Vorständin Jutta Kristen überzeugt

58 Personalien

Pierre Fabre Dermo-Kosmetik hat einen neuen Deutschlandchef, Roche besetzt CEO-Posten der Diagnostics-Sparte, Johannes Buzási ist neuer CEO von Peix u.v.m.

VERANSTALTUNGEN

66 Innovative Anbieter aus Zielgruppen-Sicht gekürt

68 Apothekenbranche wieder vor Ort vereint

70 Net(t)-together – Expopharm Edition veranstaltet

72 Kooperation und Austausch als Gebot der Stunde

SERVICE

03 Editorial

74 Vorschau/Impressum