



18 Patienten begleiten

Zukünftig gibt es Daten und Online-Informationen entlang der gesamten Patient Journey. Das ist eine Hoffnung von Akteuren im Gesundheitsmarkt: Durch Digitalisierung das Erreichen und Aufklären von Patientengruppen zu verbessern.

Was in puncto Patientenservices technisch möglich wird und welche Zukunftsszenarien sich daraus ergeben, skizzieren IQVIA-Experten im Gastbeitrag. Drei darauffolgende Berichte fokussieren die Patientenkommunikation von Pharmaunternehmen und zeigen Beispiele von Pfizer, UCB und BMS.

Foto: ©vege - stock.adobe.com

TITELTHEMA

18 Vision 2030: Patientendienste der Zukunft

Dr. Stefan Lutzmayer und Dr. Ulrike Banning von IQVIA beleuchten Potenziale bei Patientenservices

22 Noch viel zu tun bei kommunikativer Gestaltung

Christina Claußen, Director Alliance Management & Patient Relations bei Pfizer in Deutschland, erörtert Zielsetzungen bei Patienten-Informationsangeboten

24 Der Patientenerwartung an Information und Kommunikation gerecht werden

Werner Bleilevens, Head of Communications Germany bei UCB, schildert, wo Kommunikation einen Mehrwert bieten kann

28 Bristol Myers Squibb erweitert MS-Portal um Audio-Content

Carolin Schambach, Associate Director Corporate Affairs bei Bristol Myers Squibb, geht auf die Idee hinter einem Musik-Projekt ein

NEWS

- 6 YouTube kündigt neues Gesundheitslabel an
- 8 AstraZeneca klärt über speziellen Covid-Schutzbedarf auf
- 11 Zur-Rose-Gruppe relauncht Corporate Website
- 12 Cansativa lanciert Apotheken-Partnerschaftsprogramm
- 13 Neue Kampagne des Gesundheitsministeriums gibt 84 Gründe für Corona-Schutz
- 14 Kampagnenstarts im Oktober/November 2022

MÄRKTE

32 Innovationen für die Diabetes-Therapie

Trendone präsentiert Hilfsmittel zur Insulinzufuhr und Blutzuckermessung sowie Datenanalyse-Tools

KOMMUNIKATION

33 Unsicherheiten bremsen den Aufschwung

Die jährliche anonymisierte Online-Umfrage unter Agentur-Führungskräften gibt Aufschluss zu Auftragslage und Neugeschäftsumfeldern



Foto: Dooder - Forolia



Foto: Geers

33 Das Agentur-Neugeschäftsbarometer

In Anbetracht der angespannten wirtschaftlichen Situation sind Agenturen zurückhaltend in ihren Prognosen für die Auftragslage im kommenden Jahr.

50 Marketing-Profi trifft auf Showmaster

Geers-CMO Thomas Hesse (l.) setzt auf ein bekanntes Werbegesicht: Thomas Gottschalk ist seit 2019 als Markenbotschafter für den Hörakustiker im Einsatz.

38 „Nachhaltigkeit ist ein Must-have“

Pacoon-Agenturchef Peter Désilets erläutert die Bedeutung der Verpackung als Kommunikationsmittel und die Komplexität des Themas Nachhaltigkeit

42 Co-Creation: Das Beste aus zwei Welten

Teamwork zwischen Agentur und Kunde im kreativen Prozess – Georgios Manolidis von Cyperfection beschreibt in der GWA-Serie, wie es gelingen kann

MEDIEN

44 Burda hat sich im Healthcare-Markt eine breite Basis geschaffen

Burdas scheidender Chief Publishing Officer, Kay Labinsky, spricht im Interview über den publizistischen Auftrag, Deutschland gesünder zu machen

48 Sichtbarkeit für Mindable und die psychotherapeutische Versorgung

Best Practice: Intermedix gibt Einblicke in eine Kooperation, die für Präsenz der DiGA Mindable in der Ärzteschaft gesorgt hat

KARRIERE

50 Thomas Hesse verschafft Geers Gehör

Der Markenexperte zeichnet seit 2019 als Chief Marketing Officer der Geers-Muttergesellschaft Sonova Retail Deutschland verantwortlich

54 Personalien

Reckitt besetzt Sales Direction DACH, neue Leiterin für UCB Deutschland, Moderna Germany holt Kommunikationschefin u.v.m.

VERANSTALTUNGEN

61 Herbsttagung der Healthcare Frauen e.V.: Neue Wege der Zusammenarbeit ausloten

62 MWO Experten Lounge: Frauengesundheit – raus aus der Tabuzone

SERVICE

03 Editorial

63 Vorschau/Impressum