



18 Kommunikativ auf individuellen Wegen

Es ist immer wieder einsichtsreich, die Menschen hinter bestimmten Projekten und ihre Perspektiven auf das Marketing kennenzulernen. Im vorliegenden Heft gibt es fünf Porträts, in denen wir auf Kommunikationsverantwortliche aus ganz verschiedenen Märkten treffen. Die ausgewählten Marketing-Profis aus den Segmenten Rx, OTC, Medizintechnik, Krankenkassen sowie gemeinnützige Organisationen schildern ihre Strategien und Erlebnisse bei der Umsetzung von Healthcare-Kommunikation.

Foto: bxttr – AdobeStock

TITELTHEMA

18 Gestalter von erfolgreicher Kommunikation

Fünf Branchenpersönlichkeiten geben Einblicke in ihre Strategien zur Markenführung

20 „Es kann nur nach außen strahlen, was innen bereits da ist“

Melanie Stahr hat als Communications Lead bei Organon DACH eine neue Unternehmensmarke mit aufgebaut

24 Marketing für einen Werbe-Evergreen

Lisa Weitner, Senior Director Customer Excellence bei Teva Deutschland, begleitet die Entwicklung der Arzneimittelmarke Ratiopharm seit 24 Jahren

28 „Wir wollen uns von der homogenen Masse unserer Wettbewerber absetzen“

Dirk Hennes fokussiert als Leiter Marketing bei der AOK Rheinland/Hamburg die künftige Patient Journey und Kampagnen wie ‚Check das ab, geht auf Karte!‘

32 Marken führen mit Kontinuität und Orientierung am Wandel

Im Spannungsfeld zwischen Innovation und konsistenter Markenpflege lenkt Kerstin Glanzer das Marketing von Medizintechnik-Hersteller Beurer

36 Unkonventionell erfolgreich

Anna Barbara Sum ist Geschäftsführerin bei dem Verein Junge Helden, der 2023 nach dem Launch eines Organspendetattoos große Resonanz erfuhr

NEWS

- 6 Sanofi will Consumer-Health-Geschäft abspalten
- 8 Babor profiliert sich mit Rebranding für Premium-Markt
- 10 Natsana pusht Nature Love mit Markenkampagne
- 11 Produktschulungen von Fachmedien sind wichtig für Apothekenteams
- 12 LA-Med plant ‚MediaDent‘-Studie
- 14 Kampagnenstarts im Oktober 2023



Foto: kras99 – AdobeStock

40 Potenziale von generativer KI

Jan Pilhar und Dr. Anita Puppe von IBM iX DACH sprechen im Interview über den Einsatz und Nutzen von KI in der Customer Experience.



Foto: Jochen Günther

48 Ein Prädikat für Effektivität

Die Awards des diesjährigen Effie Germanys gehen an Kampagnen, die das Thema Gesundheit unter der Perspektive Gesellschaft ins Visier nehmen.

KOMMUNIKATION

40 „Groß denken, klein anfangen“

Unternehmen erkunden die Anwendungsmöglichkeiten von KI-Modellen. Zwei Experten von IBM iX erörtern Anfängerfehler und ethische Aspekte

44 Auf dem Weg zum ‚Math Man‘

KI ist gekommen, um zu bleiben. Das erfordert laut Prof. Dr. Claudia Bunte von der SRH Hochschule Berlin neue Skills in Marketing und Vertrieb

48 Sechs Effie-Trophäen für den Healthcare-Sektor

In der Effie-Bilanz stehen unterm Strich je drei Awards in Silber und in Bronze für Gesundheits-Cases

52 Rx-Produkt und Marke – passt das zusammen?

In ihrem GWA-Beitrag plädiert Nina Hartung für die Bildung starker Marken im Rx-Segment

54 Neue digitale Kommunikationsformate in Arztpraxis und Offizin

Im Best-Practice-Beitrag von Intermedix geht es um digitale Bausteine einer Kampagne mit Karo Healthcare

MEDIEN

56 Vertrieb über Vor-Ort-Apotheken mit Online-Shops verknüpfen

Best Practice: ApoNow hat zusammen mit Pixolith für Physiogel und Venostasin von Klinge Pharma Produktwebseiten weiterentwickelt

KARRIERE

58 Personalien

Dr. Fridtjof Traulsen steigt bei Boehringer Ingelheim auf, Dr. Reiner Kern spricht für DocMorris, Linda organisiert sein Marketing neu u.v.m.

SERVICE

3 Editorial

63 Vorschau/Impressum