



Foto: IBEX Media – AdobeStock

14 Strategien und Perspektiven

Marketing und Kommunikation sind oft die Schlüsselfaktoren, wenn es darum geht, Wandel erfolgreich zu gestalten und zu vermitteln. In dieser Ausgabe hat ‚Healthcare Marketing‘ vier erfahrene Branchenpersönlichkeiten interviewt – aus den Segmenten Rx, OTC, Medizintechnik und Versandhandel. Die Kommunikationsverantwortlichen geben Einblicke in ihre Ziele und Herausforderungen im Jahr 2024 – und zeigen, wie sie Veränderung aktiv gestalten, Innovationen vorantreiben, sowie mit kreativen Strategien den Weg in die Zukunft ebnen.

TITELTHEMA

14 Kommunikation in transformativen Zeiten

Vier Branchenpersönlichkeiten geben Einblicke in Projekte aus 2024 und ihre Strategien zur Markenführung

16 Wege der Veränderung gehen

Markus Hardenbicker hat die Aufgabe, die neue Corporate Brand Johnson & Johnson Innovative Medicine in Deutschland kommunikativ zu etablieren

20 Durch Transformation und KI Markenführung neu definieren

Bei Dr. Pflieger Arzneimittel begleitet Joss Hertle seit Anfang 2024 als Head of Marketing OTC and Digital Commerce den Entwicklungsprozess

24 Mit Passion auf Schlaf-Mission

Katrin Pucknat verantwortet als CMO bei ResMed die globale Kommunikationsstrategie, die sich verstärkt an Endverbraucher richtet

28 Positive Markenerlebnisse schaffen

Chief Commercial Officer Dirk Brüse setzt bei Redcare Pharmacy auf zwei wesentliche Aspekte im Marketing

NEWS

- 6 BarmeniaGothaer präsentiert Markenauftritt
- 8 Protina erweitert Portfolio von Magnesium Diasporal
- 9 Edelman Trust Barometer zeigt Wünsche und Sorgen der Deutschen bezüglich Gesundheitsfragen
- 10 Dr. Scheffler launcht nachhaltige Hautpflege-Marke
- 11 Akhabach beteiligt sich an Rodeo Agency
- 12 Kampagnenstarts im Oktober 2024

MÄRKTE

32 Apothekenteams beraten häufig zur Magen-Darm-Kategorie

Eine Umfrage von Apothekia zeigt, welche OTC-Marken Apotheker bei Magen-Darm-Themen empfehlen

35 Tools für Diabetiker

Trendone stellt Lösungen vor, die Diabetes-Betroffene bei der Ernährungsumstellung unterstützen

36 Digitaler Wandel im Bestellprozess

Best Practice: ApoNow hat für die Opticlude Pick & Mix Pflaster von Solventum eine Lösung entwickelt



Foto: GWA/Jochem Günther



Foto: Expopharm/Avoca

38 Effie-Erfolg für Healthcare-Cases

Die Jury des Effie Germany vergab einen Silber- und sechs Bronze-Awards für Gesundheitsprojekte, die messbare Erfolge vorweisen.

54 Am Puls der Apotheker

Vom 9. bis zum 12. Oktober 2024 fand wieder die Leitmesse Expopharm statt. Im Fokus standen unter anderem neue Pharmaprodukte und Virtual Reality.

KOMMUNIKATION

38 Sieben Auszeichnungen für Effektivität

Neben dem Blick auf die prämierten Healthcare-Arbeiten des diesjährigen Wettbewerbs berichten zwei Agenturexperten von der Juryarbeit

42 Die Revolution durch datengesteuertes Omnichannel-Marketing

Michael Le Brocq von Solve(d)/ IPG Health geht in der GWA-Serie der Frage nach, ob KI und Marketing-technologien der neue Goldstandard sind

44 Alte Zöpfe, neue Wege: Wie Kongressstände zukunftsfähig bleiben

Nachhaltigkeit, Digitalisierung und Budgetzwänge erfordern auch bei der Gestaltung von Messeständen ein Umdenken, weiß Kai Oehlschlaeger von Expopartner

MEDIEN

46 Medienhäuser wollen unabhängiger von Suchmaschinen werden

Durch KI verändert sich die Suche nach Antworten im Netz. Für Medienhäuser bedeutet dies, sich vom Suchmaschinen-Traffic zu emanzipieren

KARRIERE

48 Die ignorierte Chance für den Change

In einem Gastbeitrag erörtert Cornelia Wanke, Vorständin Healthcare Frauen, die gesellschaftlichen und ökonomischen Herausforderungen der Menopause

50 Personalien

Kim Abbenhaus ist Geschäftsführerin bei Leo Pharma, Steve Plesker verlässt AOK-Bundesverband, Kaia Health macht Adam Pellegrini zum CEO u.v.m.

VERANSTALTUNGEN

54 Expopharm: Treffpunkt im Apothekenmarkt

58 Dental-Marken im Mittelpunkt

SERVICE

03 Editorial

60 Vorschau/Impressum

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