



**16 OTC-Wachstumschampions**

Welche rezeptfreien Arzneimittel und Gesundheitsprodukte beim prozentualen Umsatzwachstum 2021 vorn liegen, fokussiert dieser Themenschwerpunkt in Kooperation von ‚Healthcare Marketing‘ und den Marktforschern bei Insight Health und DatamedIQ. Die Ergebnisse der inzwischen fünften Umsetzung seit 2017, und auch das Marktumfeld, sind weiterhin von der Corona-Pandemie beeinflusst. So zeigen die Zahlen den Umsatzrückgang bei OTC-Erkältungsmitteln. Doch es gibt auch Kategorien und Produkte, die zulegen konnten.



**66 MedTriX Group geht an den Start**

Ab Februar 2022 nimmt die neue MedTriX Group offiziell den Betrieb auf. Mehr Details dazu im Interview mit Digitalchef Hanno Schorlemmer (Foto).



**70 Schweizer Traditionsmarke neu beleben**

Marketing Director Ronny Lindstädt hatte bei Ricola 2021 viel zu tun. Das Verpackungsdesign wurde aufgefrischt und in einer neuen Kampagne zum Leben erweckt.

**TITELTHEMA**

- 16 OTC-Wachstumschampions im Jahr 2021**  
Die fünfte Auswertung der ‚OTC-Wachstumschampions‘ fällt in eine Zeit der Corona-Pandemie. Der Überblicksbeitrag beleuchtet zentrale Markt Aspekte
- 24 Die Rankings der wachstumsstärksten OTC-Produkte in acht Kategorien**  
Die Ergebnisse der Analyse verdeutlichen, welche Produkte ihren Umsatz im aktuellen Betrachtungszeitraum prozentual steigern konnten

**NEWS**

- 6 Johnson & Johnson prüft Abspaltung von Consumer-Health-Business
- 6 Burda strukturiert Gesundheits-Portfolio neu
- 8 VMLY&Rx wird zu Scholz & Friends Health
- 10 Avoxa launcht ‚Das Apotheken Magazin‘ und steigt beim PTA Channel ein
- 12 MedTriX erhält den Zuschlag der ‚zm‘
- 14 Kampagnenstarts im November 2021

**MÄRKTE**

- 56 Klosterfrau nimmt Hautpflege-Marke QiQu+ auf und entwickelt Webshop**  
Jean Bouvain, Head of Marketing Deutschland, und Alexander Hally, Head of E-Commerce Business Unit bei Klosterfrau, schildern die Strategie für QiQu+
- 59 Impulse im Segment Hautpflege**  
Trendone stellt Produktneuentwicklungen vor, die Wert auf Inklusion und Sustainability legen

**KOMMUNIKATION**

- 60 Kommunikation mit Wirkung**  
Der GWA Health Effie feiert einen Silber- und drei Bronze-Gewinner. Roger Stenz zieht als Juryvorsitzender eine Bilanz über den aktuellen Jahrgang
- 64 Die Kreativkultur der Zukunft ist dateninspiriert**  
Worauf es ankommt, um Kreativität und Datenwissen zusammenzubringen, erörtern Christiane Lafrentz und Patrick Ackmann von WEFRA Life in der GWA-Serie

**MEDIEN**

- 66 „Wir suchen nach den innovativsten Lösungen“**  
MedTriX-Digitalchef Hanno Schorlemmer im Interview über das neue Selbstverständnis des auf Medizin spezialisierten Tochterunternehmens der SWMH

**KARRIERE**

- 70 Schlummernde Potenziale entfalten**  
Seit Anfang 2020 verantwortet Ronny Lindstädt innerhalb des Vertriebs-Joint-Venture CFP Brands alle Marketingmaßnahmen von Ricola in Deutschland
- 73 Personalien**  
Teva bestätigt Deutschland-Chef, Klosterfrau findet CEO bei Aristo, AstraZeneca gewinnt Digital-Expertin, Shionogi holt Jan Zimmermann ins Team, u.v.m.

**VERANSTALTUNGEN**

- 77 Healthcare Frauen e.V. diskutiert Leadership-Ansätze auf der Herbsttagung**

**SERVICE**

- 03 Editorial
- 78 Termine
- 79 Vorschau/Impressum