



Foto: iustock - AdobeStock

## 16 Wachsende Marken gekürt

2022 erweist sich wieder als ereignisreiches Jahr. Welche OTC-Marken im aktuellen ökonomischen Umfeld ihren Umsatz ausbauen können, ist die spannende Frage in der vorliegenden Dezember-Ausgabe.

Hier erscheinen Rankings mit Marken im rezeptfreien Segment, die gemessen nach prozentualer Umsatzsteigerung im Jahreszeitraum bis inklusive Oktober 2022 vorne liegen: Die Kooperationspartner Insight Health, DatamedIQ und ‚Healthcare Marketing‘ präsentieren die OTC-Wachstumschampions 2022 im Gesamtmarkt und in vier ausgewählten Kategorien.

## TITELTHEMA

### 16 Die OTC-Wachstumschampions in einem herausfordernden Jahr

Gemeinsam mit den Daten-Spezialisten Insight Health und DatamedIQ richtet sich der Blick auf die Rankings für 2022 und welche Trends sie zeigen

### 24 Fünf Rankings wachstumsstarker Marken

Die Tabellenstrecke weist für den OTC-Gesamtmarkt und die Themen Erkältung, Magen/Darm, Schmerz und Schlaf die Umsatzsteigerungschampions aus

## NEWS

- 6 Klosterfrau entwickelt neue Dachmarke rund um Femannose
- 8 Jameda präsentiert sich in neuer Optik
- 10 Dr. Wolff realisiert Ratgeber-Portal zu Hyperhidrose
- 11 Reckitt thematisiert die Antibiotika-Nutzung
- 12 Abräumer auf dem Award-Parkett
- 14 Kampagnenstarts im November/Dezember 2022

## MÄRKTE

### 40 Apothekensurvey zeigt positives Gesamtbild bei Hersteller-Beurteilung

Dr. Dagmar Engels präsentiert Ergebnisse einer Befragung des Deutschen ApothekenPortals (DAP) unter Apothekenteams, wie diese OTC-Anbieter bewerten

### 42 Haleon will Verbraucher stärken und startet daneben mit Fachangebot

DACH-Marketingdirektor Nicolo Pome stellt die Strategie zur Differenzierung von Haleon vor und schildert Schritte im Veränderungsprozess

### 46 Früherkennung bei Kindern erleichtern

Trendone zeigt, welche neuen Tools die Vorsorge kinderfreundlicher machen

## KOMMUNIKATION

### 48 Die Marke ist alles

Best Practice: Selinka/Schmitz gibt Einblicke in die Kampagnenmechanik zur Markenwahrnehmung von Generikahersteller Aliud Pharma



Fotos Haleon

Foto: fotofabrik - AdobeStock

## 42 Die Strategie bei Haleon

Seit Sommer 2022 heißt GSK Consumer Healthcare jetzt Haleon. Über den Ansatz der Anbietermarke spricht Marketingdirektor DACH Nicolò Pome.

## 56 Dynamik im Magazin-Markt

In den vergangenen Jahren starteten einige neue Gesundheitstitel. Nicht alle konnten sich im Markt behaupten. Auch bekannte Marken waren davor nicht gefeit.

### 50 Eine Werbung für die Werbung

Tiefenpsychologe Jens Lönneker vom Rheingold Salon schildert generelle Beobachtungen zur Werbewirkung und dem Wunsch nach guten Geschichten

### 52 Metaverse in Pharma – mutig und innovativ als Vorreiter

Ulrike Schnell und Felix Gabel von Intouch loten die Chancen von immersiver Kommunikation für HCPs und Patienten aus

## MEDIEN

### 56 Verlage stellen Gesundheitsmagazine breiter auf

Ein Überblick über neue Zeitschriften und Veränderungen bei etablierten Titeln im Segment Gesundheit

### 62 Viele Apotheken agieren im Netz unter fremder Flagge

In einer Untersuchung analysierte Prof. Dr. Thomas Schmid von der HS Kempten die Webpräsenzen von Apotheken

## KARRIERE

### 66 Was wir von Personen in Spitzenpositionen lernen können

Dr. Susan Niemeyer und Cornelia Wanke von den Healthcare Frauen e.V. beleuchten unterschiedliche Karrierewege im Buch ‚Mission Possible‘

### 68 Personalien

Grünenthal gewinnt neue Chief Commercial Officer, Atriva Therapeutics bekommt einen neuen CEO, Führungswechsel bei Angelini Pharma, u.v.m.

## VERANSTALTUNGEN

### 74 Visionäre der Gesundheit ausgezeichnet

## SERVICE

03 Editorial

75 Vorschau/Impressum