



Foto: sveta - Fotolia

## 24 Spannungsfeld PR

PR-Agenturen spielten als Kommunikationspartner bei vielen Akteuren im Gesundheitswesen im vergangenen Jahr eine besondere Rolle. Mehr denn je standen Werte wie Transparenz, Vertrauen und Glaubwürdigkeit im Fokus. Trotz Pandemie waren die Auftragsbücher der Spezialisten gut gefüllt. Nach dem ‚Pfeffer PR-Ranking‘ 2020 ist der Sektor Gesundheit die umsatzstärkste Branche. Welche Agenturen spielen im Ranking aktuell vorne mit? Was sind Wachstumstreiber?

### TITELTHEMA

- 24 **Vertrauen und Glaubwürdigkeit stärken**  
Kommunikationsexperten von Edelman, Weber Shandwick und fischerAppelt mit Einschätzungen zur Rolle von Werten in der Gesundheits-PR
- 32 **„Gesundheit bleibt ein Wachstumsmarkt“**  
Die scheidende GPRA-Präsidentin Christiane Schulz im Interview über den Status quo der PR-Branche

### NEWS

- 6 Leti Pharma schafft Info-Plattform für Allergiker und Neurodermitiker
- 8 Novartis bekommt neues Innovation Hub: Biome Deutschland
- 8 Telekom erhält Gematik-Auftrag für Telefonhotline zum E-Rezept
- 10 Apotheken unterstützen beim digitalen Impfausweis
- 11 LA-Med stellt Vorstand neu auf
- 12 Kampagnenstarts in Mai/Juni 2021

### MÄRKTE

- 16 **Ein Markt im Umbruch: Haut- und Körperpflegeprodukte in der Apotheke**  
Franziska Bayer von Sempora Consulting diskutiert Umsatzentwicklungen von Apothekenkosmetik und wie diese in digitalen und stationären Umfeldern präsent sein kann
- 20 **Digital Schub bei Hautpflege aus Apotheken?**  
Nachgefragt bei Beiersdorf und Pierre Fabre, Hersteller von Apothekenmarken im Segment der Hautpflege

### KOMMUNIKATION

- 36 **Gold für Belly und das Masken-Massaker**  
Die Jury belohnt das Düsseldorfer Kreativstudio Belly mit Gold beim ‚Spot des Monats‘ im Mai 2021
- 42 **Ist Ihr Zuhause ein Ort der Sicherheit?**  
Best Practice: Die Peix Health Group erläutert die Hintergründe der Kampagne ‚\$25/11 – Haus ohne häusliche Gewalt‘
- 44 **Hybride Organisation als Wettbewerbsvorteil?**  
In der GWA-Serie geht Ingrid Wächter-Lauppe, CEO von Wächter & Wächter Worldwide Partners, ‚Glokalisierung‘ auf den Grund



Foto: ©New Africa - stock.adobe.com



## 16 Apothekenkosmetik im Fokus

Wir blicken auf das Segment Hautpflege aus Apotheken, mit einer Marktbeobachtung von Sempora Consulting und Einschätzungen bei zwei Herstellern.

## 50 ‚Der Allgemeinarzt‘ in neuen Händen

Im Interview zieht Universimed-Geschäftsführer Dr. med. Bartosz Chlap nach der Übernahme des ‚Der Allgemeinarzt‘ eine erste 100-Tage-Bilanz.

## 46 Produktlaunch mit virtuellem Bauernhof-Flair und „kuhlem“ Infotainment

Best Practice: face to face hat ein Konzept für ein Online-Training für Bencard Allergie aufgesetzt

## MEDIEN

### 48 Authentizität und qualitatives Storytelling punkten beim BCM 2021

Unter den Gold-Gewinnern des Best of Content Marketing Awards sind fünf Gesundheitsprojekte

### 50 „Der Fokus liegt auf dem deutschen Markt“

Universimed-Geschäftsführer Dr. med. Bartosz Chlap im Interview über die ersten 100 Tage ‚Der Allgemeinarzt‘

## KARRIERE

### 54 Wie weit ist die Symbiose aus Mensch und System?

Emily Andreae, Vorstandsmitglied der Healthcare Frauen e.V., zur Digitalisierung der Gesundheitswirtschaft

## 56 Personalien

Merck ernennt neuen Marketingchef, Belano Medical mit neuem Sales-Vorstand, Isarthal Health Media mit neuem Führungsduo u.v.m.

## VERANSTALTUNGEN

### 60 Pharmazeutischer Fortbildungskongress erörtert digitale Kundenkommunikation

DAV-Geschäftsführer Dr. Benjamin Wessinger über die diesjährige virtuelle Interpharm

## SERVICE

- 3 Editorial
- 62 Vorschau/Impressum



### Markenführung ‚Digitale Strategien‘

Dieser Ausgabe liegt das ‚Healthcare-Marketing‘-Sonderheft zum Thema ‚Markenführung Digitale Strategien‘ bei. Wir wünschen eine anregende Lektüre!