



Foto: Orosphoto - stock.adobe.com

46 Corona: Turbo für den digitalen Apothekenmarkt

Vitamin-Booster, Desinfektionsmittel, Erkältungspräparate – der Umsatz mit Apothekenprodukten hat sich in Zeiten Corona vervielfacht. Profiteure sind jedoch nicht nur die Versandhändler, sondern auch lokale Apotheken, die stationäre und digitale Kanäle bedienen. Aber auch US-Versandhandelsriese Amazon zählt zu den Gewinnern der Krise. Deshalb wird es für Markenhersteller umso wichtiger, Amazon professionell zu betrachten und zu erschließen. Wie auf Amazon legaler OTC-Verkauf funktioniert, schildert Gregor Leopold, Agenturchef von GlobalAMZ.

TITELTHEMA

46 Corona treibt den digitalen Arzneimittelvertrieb

Profiteure sind nicht nur Versandhändler, sondern auch Offizinen, die stationäre und digitale Kanäle bedienen, zählen zu den Gewinnern der Krise

51 Amazon: So funktioniert der legale OTC-Verkauf

Für Arzneimittelhersteller ist es wichtig, Amazon professionell zu erschließen, erläutert Agenturchef Gregor Leopold von GlobalAMZ

NEWS

- 6 Bundeskabinett hat Entwurf des Patientendatenschutz-Gesetzes beschlossen
- 8 So informieren sich die Deutschen während der Corona-Krise
- 10 Neugründung Dopamine will Medizin, Kreation, Strategie und Technologie vereinen
- 11 Engelhard launcht neue OTC-Marke Velgastin
- 12 Kampagnenstarts im März

MÄRKTE

14 Mega-Deals haben in 2019 erneut den Transaktionsmarkt getrieben

Christian Klingbeil und Dr. Annette Witzleben von KPMG analysieren das M&A-Geschehen in der Life Sciences-Branche

20 Viele Verbraucher folgen Empfehlungen der Apotheker auch bei anderer Präferenz

POSpulse-Umfrage unter vorwiegend 20 bis 40-jährigen Verbrauchern zum Verhalten in zwei OTC-Segmenten

23 Entwicklung von Nano-Technologie schreitet voran

Trendone zeigt, wie mit medizinischen Implantaten neue therapeutische Einsatzgebiete erschlossen werden

KOMMUNIKATION

24 „Aufbau von Reputation systematisch angehen“

A&B One-Geschäftsführer Hartwin Möhrle im Interview über die Herausforderungen von Klinikkommunikation



Foto: Artur Marciniak - Fotolia

14 M&A in den Life Sciences

2019 ist das Volumen der M&A-Deals in Life Sciences um fast sechzig Prozent höher ausgefallen als im Vorjahr. KPMG-Experten betrachten die Strategien.

28 Kliniken intensivieren Marketing-Aktivitäten

Kliniken widmen dem Faktor Kommunikation zunehmend mehr Aufmerksamkeit und machen die Werte ihrer Häuser kommunikativ sichtbar.



Foto: Mopic - Fotolia

28 Kliniken bringen sich in Position

Die Schön Klinik, der Katholische Krankenhausverbund und andere stoßen vermehrt Prozesse an, die der Markenbildung dienen

32 Felix Burda Stiftung und Serviceplan sind keine ‚Gold-Phobiker‘

Die ‚Spot des Monats‘-Jury vergibt im März Gold für eine Story über die fiktive ‚Präventiophobie‘

38 „Der größte Feind des Erfolges ist das Mittelmaß“

Bei Selinka/Schmitz ist der Begriff Pionier seit der Gründung in der DNA verankert, Chefin Ursula Schmitz gibt Einblicke in die Agenturgeschichte

42 Personalisierte Medizin benötigt Bündelung der Kräfte im Marketing

Christian Meyer von Spirit Link beleuchtet in der GWA-Serie die Folgen für die Kommunikation mit Arzt und Patient

45 WEFRA LIFE gründet Strategie-Tochter

Zusammen mit zwei ehemaligen Google-Managern hat die WEFRA LIFE Group die ratyonal GmbH gestartet

MEDIEN

54 Bekannte Absender treiben Heftverkauf an

Das hohe Interesse an Gesundheitsthemen lässt das Angebot an Special-Interest-Titel wachsen. Für einen weiteren Schub sorgen neue Personality-Magazine

KARRIERE

56 „Alles dreht sich um Innovation“

vfa-Präsident Han Steutel fordert den Zugang zum geplanten Forschungsdatenzentrum nach Einführung der elektronischen Patientenakte

58 Köpfe

Qiagen: Interims-Chef Thierry Bernard soll Führung behalten, neue Geschäftsführung für Nestlé Health Science, Bernd Maier wechselt von Hermes zu Klinge

SERVICE

3 Editorial

62 Termine

63 Vorschau/Impressum