



**16 Am Puls der Fachzielgruppe**

Die individuellen Kommunikationsbedürfnisse von Ärztinnen und Ärzten zu verstehen und umfänglich abzudecken, ist für Pharmaunternehmen mitunter kein leichtes Unterfangen. Für die zielgerichtete Ansprache bedarf es eines gut orchestrierten Multichannel-Mixes. Die digitalen Kanäle und die Direktkommunikation nehmen dabei eine zentrale Rolle ein, gleichzeitig wird der Aspekt der Personalisierung immer wichtiger. Über neue Maßstäbe in der Arztkommunikation und ihre jeweiligen Strategien sprechen Verantwortliche von Amgen, Pfizer, und AstraZeneca.

Foto: Alexander Limbach-AdobeStock

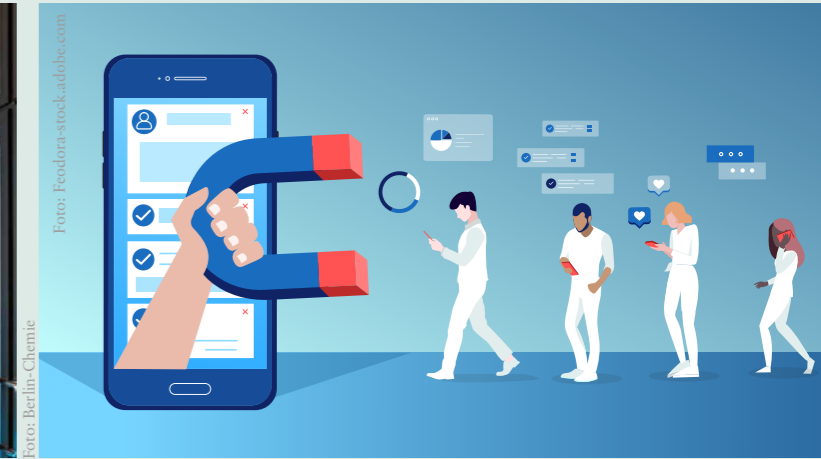


Foto: Feodorstock, Adobe.com

Foto: Berlin-Chemie

**28 Praxisnaher Content als Schlüssel**

Um ihre Kommunikationsbotschaften zu verankern, setzt Berlin-Chemie auf vier Säulen: Außendienst, digitale Kanäle, Fortbildungen und Fachmedien.

**52 Auf dem Weg zum Touchpoint Nummer 1**

In der Corona-Pandemie haben Ärzteplattformen User hinzugewonnen. Nun wollen die Anbieter mit neuen Content-Angeboten weiter wachsen.

**TITELTHEMA**

- 16 Verzahnte Informationsangebote für Ärzte schaffen**  
Fachleute von drei verschiedenen Rx-Anbietern erläutern, welche Ansätze sie aktuell verfolgen, um die Fachzielgruppe anzusprechen

**NEWS**

- 6 Neuer Marken-Auftritt für Salus
- 8 CompuGroup Medical plant Akquisition von Insight Health
- 10 Dr. Kade frischt Riopan-Verpackungsdesign auf
- 12 Wunderman Thompson startet Health-Unit in Deutschland
- 14 Kampagnenstarts im März 2022

**MÄRKTE**

- 28 Berlin-Chemie will praxisnahen Content bieten**  
Rupert Ott und Sandro Weber von Berlin-Chemie geben Einblicke in die Gestaltung der Omnichannel-Strategie im Segment der Atemwegserkrankungen
- 32 ALK fokussiert digitale Angebote für medizinische Fachkreise**  
Um den Dialog mit Ärzten zu fördern, hat der Allergiespezialist ALK-Abelló ein neues Fachportal gelauncht
- 34 Das Informations- und Ordnungsverhalten niedergelassener Ärzte**  
Der ixsight Report von Intermedix liefert Erkenntnisse über die wichtigsten Wirkstoffe und Anbieter 2021
- 38 Innovative Hersteller und Produkte im Fokus**  
Die Veranstalter des Pharma Trend Image & Innovation Awards stellen die Weichen für die Durchführung der ‚Pharma Trend‘-Erhebung
- 40 Auf die richtige Ernährung achten**  
Trendone zeigt innovative Ansätze zur gesunden Ernährung für spezielle Bedürfnisse auf

**KOMMUNIKATION**

- 42 Warum „cross“ im eigenen Unternehmen anfängt**  
Für crossmediale Kommunikation kommt es auch intern auf Organisation, Content und Mindset an, findet Tobias Bruse von Komm.Passion
- 44 Die Nachwuchskräfte von heute sind die Experten von morgen**  
Wie die Aus- und Fortbildung junger Mediziner gestaltet werden sollte, erläutert Anna Stechele von DP-Medsystems
- 46 Performance Booster für die Mediaplanung**  
In der GWA-Serie stellt WEFRA Life-CEO Matthias Haack eine Reichweitenstudie für die Indikationen Diabetologie, Kardiologie und Pneumologie vor

**MEDIEN**

- 48 „Tolle Mannschaft, klare Mission“**  
Die Doppelspitze Jürgen Führer und Patric Tongbhoyai beim Deutschen Ärzteverlag im Interview über die Neupositionierung des Kölner Medienunternehmens

**52 Ärzteplattformen schaffen neue Content-Angebote**

Portale wie Doctolib, Esanum, DocCheck und Coliquio wollen die Fachzielgruppe unter anderem mit Video-Funktionen an sich binden

**58 Digitale Kanäle erhöhen Arzt-Zufriedenheit**

Das Mafo-Institut Interrogare untersuchte die Kommunikation zwischen Pharmaunternehmen und Onkologen in der Pandemie

**KARRIERE**

- 62 Personalien**  
Matthias Peuckert übernimmt Chefposten bei Doc-Morris, Klosterfrau holt Vertriebsexperten, Takeda ernennt neuen Deutschlandchef u.v.m.

**VERANSTALTUNGEN**

- 66 Handelsblatt Kongress: Pharma 2022

**SERVICE**

- 03 Editorial
- 67 Vorschau/Impressum