



14 Pharmahersteller im Wandel

Unternehmen mit Tradition verfügen einerseits über etablierte Marken, andererseits kommen mit der Zeit immer neue Zukunftsthemen auf sie zu.

„Healthcare Marketing“ hat die Frage verfolgt, wie Pharmaunternehmen mit den aktuellen Veränderungen umgehen und ihre Marken fit halten.

In Beiträgen von zehn Unternehmen mit deutschem Standort schildern einige Player, wie sie sich zwischen Tradition und Transformation bewegen.

Weitere Perspektiven vermittelt ein Interview mit Dr. Kai Joachimsen, Hauptgeschäftsführer vom Bundesverband der Pharmazeutischen Industrie.

Foto: Andrii-AdobeStock

TITELTHEMA

14 Marken zwischen Tradition und Transformation

Wie sie den Spagat zwischen den beiden Polen meistern, erläutern zehn Arzneimittelhersteller von Rx über OTC bis hin zu Tiermedizin

32 Zukunftssicherung für den Pharmastandort Deutschland

BPI-Hauptgeschäftsführer Dr. Kai Joachimsen spricht im Interview über die wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen für standortgebundene Unternehmen

NEWS

- 6 Fresenius präsentiert neuen Markenauftritt
- 8 Dr. Loges schärft sein Branding
- 9 Zufriedenheit der Verbraucher mit dem Gesundheitssystem sinkt
- 10 „Spektrum der Wissenschaft“ startet Abo-Angebot Spektrum+
- 11 Serviceplan kauft zu und bündelt Healthcare-Angebot in neuer Einheit
- 12 Kampagnenstarts im Juni 2024

MÄRKTE

36 AI Act der Europäischen Union steht vor der Tür

Dr. Martin Braun erklärt, was mit dem KI-Gesetz der Europäischen Union auf Unternehmen zukommt

KOMMUNIKATION

38 Übersetzer konzentrieren sich auf Post-Editing und Qualitätssicherung

Bei medizinischen Fachübersetzungen kann KI ein Game Changer sein für Produktivität und Kosteneinsparungen. Vier Spezialisten diskutieren die Fallstricke

42 Leidenschaft für Healthcare und Kreativität

Die Peix Health Group startete in den 90er Jahren als Designbüro und entwickelte sich zu einer der Top-Healthcare-Agenturen in Deutschland

46 Health-Löwen gehen an internationale Konkurrenz

Deutsche Health-Kreative erreichen bei Cannes Lions 2024 die Shortlist, gewinnen aber nur wenige Löwen

52 76 ADC-Nägel für Healthcare-Arbeiten

Wie Healthcare-Kreationen bei der 60. Ausgabe des deutschen Werbefestivals abgeschnitten haben



58 Fitness-Titel gehen neue Wege

Neben einem erweiterten Themenfokus und neuen Angeboten schraubten Verlage zuletzt auch an Formaten und Frequenzen von Fitnesszeitschriften.

42 Peix feiert 30-jähriges Jubiläum

Peix-Gründer Karsten Rzepka und CEO Johannes Buzási sprechen über die werteorientierte Philosophie und ihre Vorstellungen für die Zukunft der Agentur.

54 Mut zur menschlichen Marke

Ein Plädoyer für personenzentrierte Kommunikation von Simeon Atkinson, Achtung! InnoHealth, in der GWA-Serie ‚Übern Tag hinaus denken‘

56 Besseres Patient Engagement und individualisierte Experience dank KI

Franziska Borkel, Good Healthcare Group, ist überzeugt, dass KI als personalisierte Unterstützung das Patientenerlebnis und die Adhärenz verbessern kann

MEDIEN

58 Verlage schrauben an Magazinkonzepten

Fitnesszeitschriften wie ‚Men’s Health‘ und ‚Fit For Fun‘ haben zuletzt ihr Angebot neu ausgerichtet

62 Patientenaufklärung von Betroffenen für Betroffene

Der ATP Verlag hat sich mit verschiedenen Special-Interest-Zeitschriften zu Krebserkrankungen etabliert

KARRIERE

64 Personalien

Führungstrio für die Gematik, Weleda stärkt Arzneimittelgeschäft, Sanacorp beruft neuen Vorstandsvorsitzenden u.v.m.

VERANSTALTUNGEN

68 Von Ideen zu Investitionen: Innovationen und Netzwerken im Fokus

70 Versandhandel diskutiert Zukunftsthemen

SERVICE

03 Editorial

70 Vorschau/Impressum