



22 Comprix 2017

Zum 25. Jubiläum verzeichnete der Comprix dank 341 Einreichungen ein Rekordhoch. Mit sechs gewonnenen Trophäen entscheidet WEFRA das diesjährige Rennen um die erfolgreichste Agentur für sich. Vier Preise gehen an Publicis Pixelpark, den dritten Rang teilen sich Serviceplan, Schmittgall und M&C Saatchi. Unter den Gewinnern sind auch einige Neulinge wie die Digitalagenturen Buddybrand und DNMC. Die Jurypräsidenten zeigen sich mit der Quantität und Qualität des Jahrgangs zufrieden, sehen aber auch Potenzial zur Verbesserung

Foto: Comprix

■ TITELTHEMA

22 WEFRA gebührt die Kreativ-Krone

Die WEFRA Werbeagentur räumt insgesamt sechs Preise ab und präsentiert sich vor allem in den OTC-Kategorien stark

■ NEWS

8 Mediengruppe Oberfranken kauft Optik-Verlag Autentic.info

8 UniQure nimmt Glybera vom EU-Markt

10 fischerAppelt baut Healthcare-Unit aus

11 Bayer Vital spricht Augen-Patienten durch App an

■ MÄRKTE

14 Gesundheitsmarken müssen Nähe schaffen

Ergebnisse der Studie ‚Trusted Brands 2017‘ stellen u.a. die Treiber der Vertrauensbildung heraus

19 Gesunder Geist dank Digital-Support

Trendone zeigt Technologien, die die mentale Gesundheit unterstützen sollen

20 Autos: digitale Begleiter für Gesundheit

Wie Connected Cars und E-Health zusammengehen, erprobt eine Kooperation zwischen den beiden Konzernen Daimler und Philips

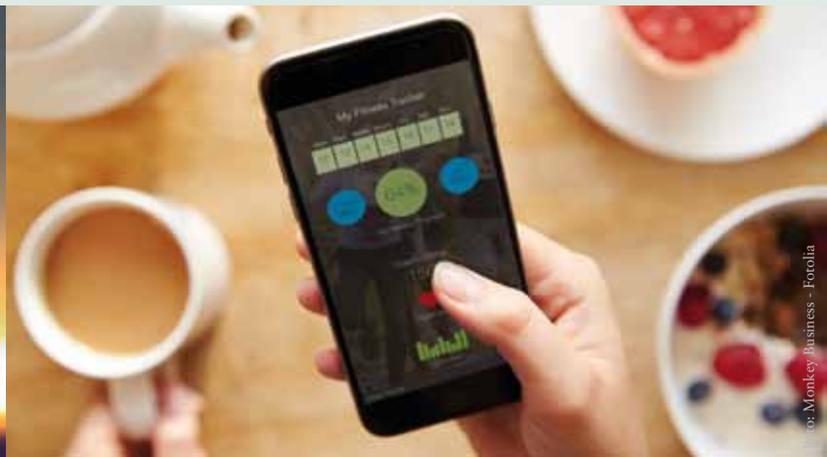
■ KOMMUNIKATION

22 WEFRA gebührt die Kreativ-Krone

Der Comprix hat die Arbeiten von 21 verschiedenen Agenturen mit insgesamt 39 Awards prämiert

36 Comprix: Die preisgekrönten Arbeiten

Überblick über die Gewinner-Kampagnen und Finalisten der Einreichungen aus 51 Kategorien



14 ‚Trusted Brands 2017‘

Vertrauensaufbau ist bei Gesundheitsmarken eine größere Herausforderung als bei Konsumgütermarken. Warum, zeigt die Studie ‚Trusted Brands‘.

82 Deutschland im App-Fieber?

Den Markt der ca. 100.000 Wellness- und Gesundheits-Apps analysiert eine gemeinsame Studie von YouGov, Pink Carrots und ‚Healthcare Marketing‘.

MEDIEN

76 Mediaspendings OTC-Schmerzmittel

Laut Ebiquity liegen Bayer und Sanofi mit ca. 16 und 13 Millionen Euro an der Spitze

79 „Der Konsument interessiert sich nicht für Kanäle, sondern Themen“

Frank Vogel, Geschäftsleitung des Vermarkters G+J ems, im Interview zu crossmedialen Lösungen

82 Deutschland im App-Fieber?

Eine Studie, gemeinsam von YouGov, Pink Carrots und ‚Healthcare Marketing‘ durchgeführt, durchleuchtet den Markt der mobilen Health-Programme

KARRIERE

88 Köpfe-Nachrichten

Dirk Poschenrieder neuer Managing Director von Havas Life, Shire Deutschland unter neuer Geschäftsführung, u.v.a.

90 Früh und kundenorientiert auf sich verändernde Märkte reagieren

Porträt von Andreas Arntzen, seit März 2016 neuer CEO des Wort & Bild Verlags, Baierbrunn

RUBRIKEN

03 Editorial

93 Termine

94 Vorschau/Impressum

Dieser Ausgabe von Healthcare Marketing ist eine Beilage der Firma Sempora Consulting beigelegt. Wir bitten um Beachtung.