



Foto: Rasseco – AdobeStock

16 Den Gründer-Mut befeuern

Um neue Märkte und Geschäftsmodelle groß zu machen, braucht es oft nicht nur den Gründungsmoment, sondern auch den langen Atem beim Vorantreiben und ein ausdauerndes Kommunizieren. Die Gründerszene im Gesundheitsmarkt hat mit Digital Health ein erkennbares Feld. Wir diskutieren, wie Start-ups hier die Herausforderung des Marketings sehen. Außerdem wenden wir uns dem Segment rezeptfähiger DiGAs zu, und betrachten drei Beispiele mit Vermarktungssupport aus Pharmaunternehmen – Kalmeda, Kaia und Deprexis. Weitere Berichte blicken in ein Standort-Ökosystem und auf die Gründung einer Plattform für Patienteninformation.

TITELTHEMA

16 Zielgruppenansprache im DiGA-Markt voranbringen

Den Markt für gelistete DiGAs sehen nicht nur Start-ups als Chance. Wie die Produktkommunikation sich entwickelt, zeigen Beispiele mit Pharma-Partnern

22 Kommunikation so vielseitig wie die Zielgruppen

Start-ups der Healthtech-Branche berichten, auf welchen Kanälen sie ihre Produkte bewerben und wie ihre Pläne für 2023 aussehen

28 Ein digitaler Begleiter für Patienten

Gründerin Dr. Friderike Bruchmann will mit der Plattform MedWatcher die therapiebegleitende Gesundheitskommunikation verbessern

30 Cluster-Initiativen als Schrittmacher für Innovationen

Anna Werner vom Medical Valley spricht im Interview über die Wirtschaftskraft der Region um Erlangen und Nürnberg sowie Standortmarketing

NEWS

- 6 Merz Consumer Care präsentiert sich mit neuer Unternehmensmarke
- 8 Zukunftspakt Apotheke schaltet TV-Spots für Komplettlösung
- 10 Deutsche Diabetes-Hilfe lanciert Eventformat einer Sommertour
- 12 Viermal Best of Show bei den Healthcare Advertising Awards
- 13 Dr. Pflieger, Sanofi, TK und Co. ziehen OMR-Fazit
- 14 Kampagnenstarts im Mai 2023

MÄRKTE

34 In Gesundheitsfragen steigt das Vertrauen in Freunde und Familie

Ergebnisse des Edelman-Reports zu ‚Trust and Health‘ skizzieren einige Wahrnehmungen in Gesundheitsfragen

38 Engelhard will Kommunikation der Unternehmenswerte stärken

Beim Firmenevent hat Engelhard Werte angesprochen – im Interview fragten wir näher nach zur Kommunikation



Foto: hakhtarzin - AdobeStock



Foto: Roche Diagnostics

42 Unternehmen ins Gespräch bringen

Corporate Communication ist ein wichtiges Instrument zum Erfolg. Aber auch Künstliche Intelligenz und weitere Themen beschäftigen die PR-Profis.

60 Start-ups durch Matchmaking fördern

Matthias Zach begleitet als Roche Program Lead das Innovationsprogramm Startup Creasphere. Der Accelerator hat sich zu einem globalen Projekt entwickelt.

KOMMUNIKATION

42 Steigende Nachfrage an integrierten Kommunikationslösungen

Healthcare ist für Agenturen mit PR-DNA ein umsatzstarkes und vor allem vielfältiges Umfeld

50 „Start-ups sollten ihre Angebote besser bündeln“

Simeon Atkinson von Achtung! Inno Health weiß um die Chancen und Risiken der Start-up-Kommunikation

52 Kreativität in der Gesundheitsbranche ist kein Widerspruch

In seinem GWA-Beitrag zählt Dirk Poschenrieder die Vorzüge einer kreativen Herangehensweise an Healthcare-Kampagnen auf

MEDIEN

54 Businessmagazine wollen Marktlücken besetzen

Mit dem ‚10xD Magazin‘ und ‚Catalyser‘ sind in den vergangenen Wochen zwei neue Fachmagazine zum Unternehmertum im Gesundheitswesen gestartet

KARRIERE

58 Führung braucht Kooperation, Empathie und Agilität

Dr. Ana Kostova von Allergan Aesthetics und Personalberaterin Kristine Capek sind Mitglieder der Healthcare Frauen e.V. und plädieren für einen Paradigmenwechsel

60 Schnittstelle für Digital-Health-Akteure

Matthias Zach gibt Einblicke in das Ökosystem Startup Creasphere und seine Tätigkeit als Kurator bei der Bits & Pretzels HealthTech

63 Personalien

Michael Rauch ist neuer CEO bei CGM, Peter Wunner steigt bei Teva auf, Robert Bogner wird CEO beim MM Medizin + Medien Verlag u.v.m.

SERVICE

03 Editorial

67 Vorschau/Impressum