

FRANKFURT
VILLA KENNEDY

25. + 26.
JUNI 2013

DER HÖHEPUNKT:
DIE PREISVERLEIHUNG



inspirato
**PHARMA
MARKETING**
AWARD 2013



DIE TOP-THEMEN:

- Markenpositionierung par Excellence – Wie eine Alleinstellung bei Kunden, Apothekern und Ärzten erzielt wird
- Pharma Brand Success Stories – Was von den erfolgreichen Playern gelernt werden kann
- Best Practice Mittelstand – Wie Marken das Wachstum des pharmazeutischen Mittelstands beschleunigen
- Benchmarking Consumer Goods – Welche neuen Impulse der Konsumgütermarkt der OTC-Branche liefert
- The Power of Digital – Wie Online-Momentum von Kunden und Empfehlern in Wachstum übersetzt wird
- Future Trends & Insights – What 's next in Pharma Marketing?



inspirato
KONFERENZEN

DER NEUE BRANCHENTREFF FÜR MARKETINGSCHIEDER DER PHARMA- UND HEALTHCAREBRANCHE

INSPIRIEREND. FACETTENREICH. INTERAKTIV.

FACETTENREICH DAS THEMA



Die Bedeutung des Pharma Marketing nimmt durch steigenden Wettbewerbsdruck und aggressive Vermarktung des Mass Market Sektors zu. Gleichzeitig steigt der Anspruch an die Pharma- und Gesundheitskommunikation: Den Endkunden zu erreichen wird immer schwieriger und erfordert den Einsatz und das **Zusammenspiel unterschiedlichster Medien** (von TV Werbung, Print und PR bis hin zu Online, Mobile, Social Media & Bewegtbild).

Durch die Verschiebung der Bedeutung unterschiedlicher Vertriebskanäle, hin zu Apothekenkooperationen und Versandapotheken, steigt die **Vermarktungskomplexität** zusätzlich. Die Herausforderung ist, Pharma Marken beim Verbraucher so zu positionieren und zu inszenieren, dass Image und Absatz gesteigert und nachhaltig Wachstum generiert wird.

Pharma Marketing gewinnt an Bedeutung und wird komplexer. Pharma Marketing ist im Umbruch.

Pharma Marketing ist alles – nur nicht langweilig.

ABSOLUT INSPIRIEREND DIE REFERENTEN (U.A.)



Jörg Hempelmann,
Managing Partner,
JNB McCann Health



Thomas Graf,
Leiter Unternehmens-
kommunikation, Alliance
Healthcare Deutschland



Johannes H. Mauss,
Leiter Gesamtmarketing,
Rotbäckchen / Haus
Rabenhorst



Katja Anette Brandt,
CEO,
Vizeum Deutschland



Bernd Wilhelm,
Director Pharma &
Healthcare, The Nielsen
Company



Dean Sanders,
Founder,
GoodBrand / UK



Frank Westermann,
Managing Director,
mySugr



Martin Flörkemeier,
Managing Director,
Edelman



Marion Bock,
Geschäftsleitung, Pierre
Fabre Dermokosmetik



Richard Williams,
Chairman & Founder,
Williams Murray
Hamm / UK



Joss Hertle,
Industry Head Healthcare,
Google Germany



Stefan Müller,
Marketing Direktor /
Mitglied der Geschäfts-
leitung, Eckes-Granini



Dietmar Dahmen,
Freier Creative
Consultant, Inspirator,
Visionär



Nick Sohnemann,
Founder und Managing
Director, INNOSPARK
Consulting



Antje Schünemann,
Trend Consultant
(Moderation)



Matthias Steimel,
Category Marketing
Manager, Reckitt
Benckiser Deutschland



Dr. Hagen Sexauer,
Principal,
SEMPORA Consulting



Andreas Kindler,
Chairman,
Ogilvy Healthworld

DIE MEDIENPARTNER





Moderation: Antje Schünemann, Trend Consultant

AB 09:30 ANREISE UND ICEBREAKER BREAKFAST

Die Teilnehmer, Referenten und Partner werden zur Einstimmung auf die Konferenz mit Kaffee und Frühstücks-Snacks in entspannter Atmosphäre empfangen, fotografiert und auf einer Pinnwand mit ihren Visitenkarten vorgestellt. Networking leicht gemacht!

10:30 BEGRÜSSUNG UND EINFÜHRUNG DURCH DIE MODERATORIN

MARKENPOSITIONIERUNG PAR EXCELLENCE

Wie eine Alleinstellung bei Kunden, Apothekern und Ärzten erzielt wird

10:45 – 11:15 OUT OF THE BOX – INTERNATIONAL PERSPECTIVE Have you seen what you're saying?

- Most products are largely the same and are presented to consumers in the same way
- Packaging design is media that manufacturers own that they can completely control
- Brands are missing a massive opportunity to 'touch' consumers through ideas led design
- Who is doing this well and what can we learn from them?

Richard Williams, Chairman & Founder, Williams Murray Hamm / UK
(Vortrag in englischer Sprache)

11:15 – 11:45 MARKTÜBERBLICK Marketing im Pharma- und Healthcaremarkt – Was kommt, was bleibt, was geht?

- Aktuelle Marktentwicklung
- Patiententracking mittels Kundenkarten

Bernd Wilhelm, Director Pharma & Healthcare, The Nielsen Company (Germany) GmbH

11:45 – 12:15 PRAXISBEISPIEL Von Gesundheit zu Schönheit – Markenführung von Apothekenkosmetik am Beispiel der Marke Eau Thermale Avène im stark umkämpften Vertriebskanal Apotheke

- Positionierung und Differenzierung zu Mass Market Pflegeprodukten im Drogeriemarkt und Einzelhandel
- Medical Marketing

Marion Bock, Geschäftsleitung, Pierre Fabre Dermokosmetik GmbH

12:15 – 12:45 OUT OF THE BOX – AGENTURPERSPEKTIVE Markenpositionierung im Gesundheitsmarkt

- Differenzierung zum Konsumgütermarkt – noch zeitgemäß?
- Markenpositionierung 3.0 – wie wichtig ist soziale Markenkompetenz?
- Globale Markenpositionierung – nur kleinster gemeinsamer Nenner?

Andreas Kindler, Chairman, Ogilvy Healthworld Düsseldorf

12:45 – 14:00 KOMMUNIKATIVE MITTAGSPAUSE

PHARMA BRAND SUCCESS STORIES

Was von den erfolgreichen Playern gelernt werden kann

14:00 – 14:30 PRAXISBEISPIEL Boots boosts: Erfolgsfaktoren für den Marktauftritt von Apothekenkosmetik am Praxisbeispiel „Boots Laboratories“

- Bedeutung der Apotheke für Boots Laboratories
- Warum wir testen und testen und testen
- Modell Alliance Healthcare: Vernetzung sorgt für Markenpower

**Thomas Graf, Leiter Unternehmenskommunikation,
Alliance Healthcare Deutschland AG**

14:30 – 15:00 PRAXISBEISPIEL Wohlbefinden ist besser als Gesundheit!

- Wie das „Gesundheitselixier“ Saft zum Mainstreamprodukt wurde
- Fokussierung ist besser als massenweise Sonderpreise
- Warum ist Wohlbefinden besser als Gesundheit

**Johannes H. Mauss, Leiter Gesamtmarketing und Nationaler Key Accounter
Naturkost (Prokurist), Haus Rabenhorst O. Lauffs GmbH und Co. KG und
Rotbäckchen Vertriebs-GmbH**

15:00 – 15:30 PRAXISBEISPIEL Wie eine FMCG Kultur das OTC-Brandmanagement beeinflussen kann

Erfahrungen mit Dobendan und Nurofen bei Reckitt Benckiser

**Matthias Steimel, Category Marketing Manager,
Reckitt Benckiser Deutschland GmbH**

IM ANSCHLUSS DIE REFERENTEN STELLEN SICH DEN FRAGEN DER TEILNEHMER

16:00 – 16:30 KOMMUNIKATIVE KAFFEPAUSE

MASS MARKET FMCG

Welche neuen Impulse der Konsumgütermarkt der OTC-Branche liefert

16:30 – 17:00 OUT OF THE BOX Wie Nachhaltigkeit zum Gencode der Marke beiträgt

- Fallbeispiele aus dem Mass Market
- Learnings für die Pharmabranche

Dean Sanders, Founder, GoodBrand / UK

17:00 – 17:30 PRAXISBEISPIEL hohes C: Gesundheit über Emotionen verkaufen

- Der Verbraucher im Mittelpunkt
- Die Kraft der Marke
- Strategische Markenführung für den langfristigen Erfolg

**Stefan Müller, Marketing Direktor / Mitglied der Geschäftsleitung,
Eckes-Granini Deutschland GmbH**

CA. 17:30 ENDE DES 1. KONFERENZTAGES UND AWARD-COCKTAIL

VERLEIHUNG DES INSPIRATO PHARMA MARKETING AWARD

18:00 – 18:30 KEYNOTE Das Ende der INSEL-MARKEN

Früher waren Marken einfach nur da. Silo-Angebote. Monolitische Kraft. Heute sind Marken komplex in unser Leben verflochten. Dietmar Dahmen zeigt, was nach dem CON-sumenten kommt, wie CONNECTIVITY unser Leben verändert und wie aus Marken der Vergangenheit gewinnbringende OPERATING SYSTEME der Zukunft werden.

Dietmar Dahmen, Freier Creative Consultant, Inspirato, Visionär

IM ANSCHLUSS AWARD-VERLEIHUNG UND AFTER-SHOW-PARTY



**inspirato
PHARMA
MARKETING
AWARD 2013**



AB 18:30 AWARD-VERLEIHUNG

Als Highlight der 1. inspirato Konferenz „Pharma Marketing“ wird der inspirato Pharma Marketing Award in vier Kategorien feierlich verliehen.

- OTC-Unternehmen des Jahres
- OTC-Marke des Jahres
- OTC-Neueinführung des Jahres
- OTC-Kampagne des Jahres



inspirato PHARMA MARKETING AWARD 2013

LIVE
VOTING

In der Kategorie „OTC-Kampagne des Jahres“ stellen fünf ausgewählte Agenturvertreter ihre Kampagne in jeweils drei Minuten vor. Gewinner ist, wer das Publikum vor Ort am meisten für seine Kampagne begeistert. Seien Sie gespannt, wer die Gewinner des Abends sein werden!

IM ANSCHLUSS AFTER-SHOW-PARTY UND BARBECUE IM INNENHOF

Im Anschluss sind alle Teilnehmer, Partner und Referenten eingeladen, den Abend im sommerlichen und entspannten Ambiente der Villa Kennedy stimmungsvoll und kulinarisch ausklingen zu lassen. Eine gute Gelegenheit für neue Kontakte und inspirierende Gespräche!



AB 09:00 EINSTIMMUNG AUF DEN ZWEITEN TAG MIT KAFFEE UND TEE

„RICHTIG VERMARKTEN“

Neue Konzepte für Media und Public Relations

9:30 – 9:50 HEALTHCARE MEETS... MEDIA

Media in Healthcare: Wie ein markenfokussiertes Mediainvestment mehr verkauft.

- Wie die erfolgreiche Übersetzung der Erkenntnisse des Neuromarketings in die Mediaplanung zu stärkeren Verbindungen zwischen Menschen und Marken führt.
- Neueste Learnings aus TV und Online.

Katja Anette Brandt, CEO, Vizeum Deutschland GmbH

9:50 – 10:10 HEALTHCARE MEETS... NEW CONCEPTS

Erfolgsfaktoren bei Media-for-Revenue-Konzepten

- Für welche Unternehmen und Produkte machen solche Konzepte Sinn?
- Worauf sollte man bei der Erstellung von Businessplänen, basierend auf solchen Konzepten, achten?

Jörg Hempelmann, Managing Partner, JNB McCann Health GmbH

10:10 – 10:30 HEALTHCARE MEETS... PR

PR-Trends und neue Strategien für die Pharma-Kommunikation mit Fokus auf OTC

Health-to-Consumer: Dialog zwischen Produkt und Konsumenten
Martin Flörkemeier, Managing Director Practice Leader Health, Edelman GmbH

IM ANSCHLUSS DIE REFERENTEN STELLEN SICH DEN FRAGEN DER TEILNEHMER

11:00 – 11:30 KOMMUNIKATIVE KAFFEEPAUSE

THE POWER OF DIGITAL

Wie Online-Momentum von Kunden und Empfehlern in Wachstum übersetzt wird

11:30 – 12:00 DER „ZERO MOMENT OF TRUTH“

Online als Schlüsselfaktor in der Kaufentscheidung

- „From I think to data tells“ – Die Veränderung der Mediennutzung
- Was bedeuten diese Veränderungen für OTC-Hersteller bzw. die Pharmaindustrie?
- Wie lassen sich die richtigen „Insights“ generieren und die relevanten Momente gewinnen?

Joss Hertle, Industry Head Healthcare, Google Germany GmbH

12:30 – 12:45 IMPULSVORTRAG

Mobile Healthcare: Entwicklungen, Trends und Herausforderungen für die Pharmaindustrie

- Welche Trends und Entwicklungen bestehen im Mobile Health-Markt?
- Welche Zielgruppen lassen sich ansprechen?
- Vor welchen Herausforderungen steht die Pharmaindustrie heute?

Dr. Hagen Sexauer, Principal, SEMPORA Consulting GmbH

12:45 – 13:00 PRAXISBEISPIEL

Innovatives Mobile-Pharmamarketing – mySugr als „best practice“ einer eHealth App

Frank Westermann, Managing Director, mySugr GmbH | eatingdiabetes

FUTURE TRENDS & INSIGHTS

What's next in Pharma Marketing?

13:00 – 13:30 TRENDS TO WATCH

Healthstyle – Staying healthy and getting well

- Self tracking & body hacking – Wie wir zukünftig gesund bleiben
- Patient Journey – Wie Patientenvon morgen sich informieren und einkaufen wird

Nick Sohnmann, Founder & Managing Director, INNOSPARK Consulting AG

ZUSAMMENFASSUNG DURCH DIE MODERATORIN

13:30 – 14:30 GEMEINSAMES MITTAGESSEN ZUM ABSCHLUSS DER KONFERENZ

DAS HIGHLIGHT: DIE VERLEIHUNG DES INSPIRATO PHARMA MARKETING AWARD

Wohnen Sie als Höhepunkt und krönendem Abschluss des 1. Konferenztages der Preisverleihung des „**inspirato Pharma Marketing Award**“ bei und feiern Sie im Anschluss auf der **After-Show-Party** mit den Siegern der vier Kategorien:

- **OTC-Unternehmen des Jahres**
- **OTC-Marke des Jahres**
- **OTC-Neueinführung des Jahres**
- **OTC-Kampagne des Jahres**

**LIVE
VOTING**

Wir suchen die OTC-Kampagne des Jahres!

Die Kategorie „**OTC-Kampagne des Jahres**“ wird für eine außerordentliche Endverbraucher-kampagne eines OTC-Produktes, die in 2012 durchgeführt wurde, als Einreichungs- und Publikumspreis verliehen und richtet sich an Werbeagenturen und deren Auftraggeber.

EXKLUSIVER AWARD-MEDIENPARTNER:

HEALTHCARE MARKETING

Das Fachmagazin für Gesundheitsmarken



Vorgehensweise bei der Wahl der OTC-Kampagne des Jahres:

Alle eingereichten Kampagnen werden von der neunköpfigen Jury nach den Kriterien Lösungsansatz, Kreativität und Erfolgsbeitrag bewertet.

Agenturvertreter der fünf besten nominierten Kampagnen erhalten die Möglichkeit, ihre Kampagne im Rahmen der **inspirato Konferenz PHARMA MARKETING** in jeweils 3-5 Minuten vorzustellen. Gewinner ist, wer das Publikum vor Ort am meisten für seine Kampagne begeistert.

Informationen unter:

www.inspirato.de/pharma-marketing-award

BEEINDRUCKEND DIE JURY



Katja Anette Brandt,
CEO,
Vizeum Deutschland



Arnt Tobias Brodtkorb,
Managing Partner,
SEMPORA Consulting



Thomas de Buhr,
Director Branding,
Google Germany



Thomas Hofmann,
Geschäftsführer,
vivesco Kooperationen



Reiner Kepler,
Chefredaktion,
Healthcare Marketing



Joachim Neukam, Vice
President Sales & Consumer
Strategy, GlaxoSmithKline
Consumer Healthcare



Hubert Sichler,
Partner,
Serviceplan Health & Life



Prof. Dr. Ralph Tunder,
Health Care Management
Institute, EBS Business School



Bernd Wilhelm,
Director Pharma & Healthcare,
The Nielsen Company

INFORMATIONEN

ZEIT & ORT

25. und 26. Juni 2013
Villa Kennedy
Kennedyallee 70
60596 Frankfurt am Main
www.villakennedyhotel.de
Tel.: +49 · 69 · 71 71 21 430

ÜBERNACHTUNG

Einzelzimmer Deluxe King: 205,- Euro pro Zimmer und Nacht.
Reichhaltiges Frühstücksbuffet: 34,- Euro pro Person und Tag

Für die Teilnehmer halten wir bis zum 24.05.2013 ein **Zimmerkontingent** bereit, auf das Sie bei Bedarf zugreifen können. Bitte nehmen Sie die Buchung direkt im Hotel mit dem **Stichwort „inspirato“** vor.

Weitere Hotelempfehlungen: www.inspirato.de/pharma-marketing

ANMELDUNG



ONLINE

www.inspirato.de/pharma-marketing

ODER MIT DIESEM FAXFORMULAR
+49 - 6172 - 981 96-89

KONDITIONEN (alle Preise p.P. zzgl. Ust.)

Normalpreis	1.795,- Euro
Early Bird Special (gültig bei Anmeldung bis zum 24.05.2013)	1.495,- Euro

- JA**, ich nehme an der inspirato Konferenz **PHARMA MARKETING** am **25. und 26. Juni 2013** in Frankfurt teil und melde mich an.
- Ja**, ich nehme an der **After-Show-Party** am 25. Juni 2013 teil und melde mich an (die Party ist in der Teilnahmegebühr enthalten).
- JA**, ich bin an **Sponsoring und Ausstellungsmöglichkeiten** interessiert. Bitte senden Sie mir unverbindlich Informationsmaterial zu.

1. Name, Vorname

Position

Firma

Straße

PLZ/Ort

Telefon

E-Mail*

Datum

Unterschrift

2. Name, Vorname

Position

Firma

Straße

PLZ/Ort

Telefon

E-Mail*

*Mit der Angabe meiner E-Mail-Adresse erkläre ich mich einverstanden, dass ich per E-Mail über weitere Veranstaltungen von inspirato KONFERENZEN informiert werde.



KONTAKT

inspirato KONFERENZEN
Projektleitung: Stefanie Kurz
Siemensstraße 27 · 61352 Bad Homburg
Telefon: +49 · 6172 · 981 96-81
Fax: +49 · 6172 · 981 96-89
E-Mail: s.kurz@inspirato.de
www.inspirato.de/pharma-marketing

ANMELDEBEDINGUNGEN

Die Anmeldung kann per E-Mail, Fax, Online oder per Post erfolgen.

Die Teilnahmegebühr ist innerhalb von 14 Tagen nach Erhalt der Rechnung fällig, spätestens jedoch vor Kongressbeginn. Die Bezahlung erfolgt auf Rechnung.

Kreditkartenzahlungen können nur online bei Anmeldung über Amiamo getätigt werden. Die Teilnahmegebühr beinhaltet die Tagungskosten, Teilnehmerunterlagen, Speisen und Getränke im Rahmen der Veranstaltung sowie die Preisverleihung und das Abendevent.

Die AGBs im Detail:
www.inspirato.de/agb



inspirato
KONFERENZEN