

FRANKFURT
VILLA KENNEDY

02. + 03.
JUNI 2014

DER HÖHEPUNKT:
DIE PREISVERLEIHUNG

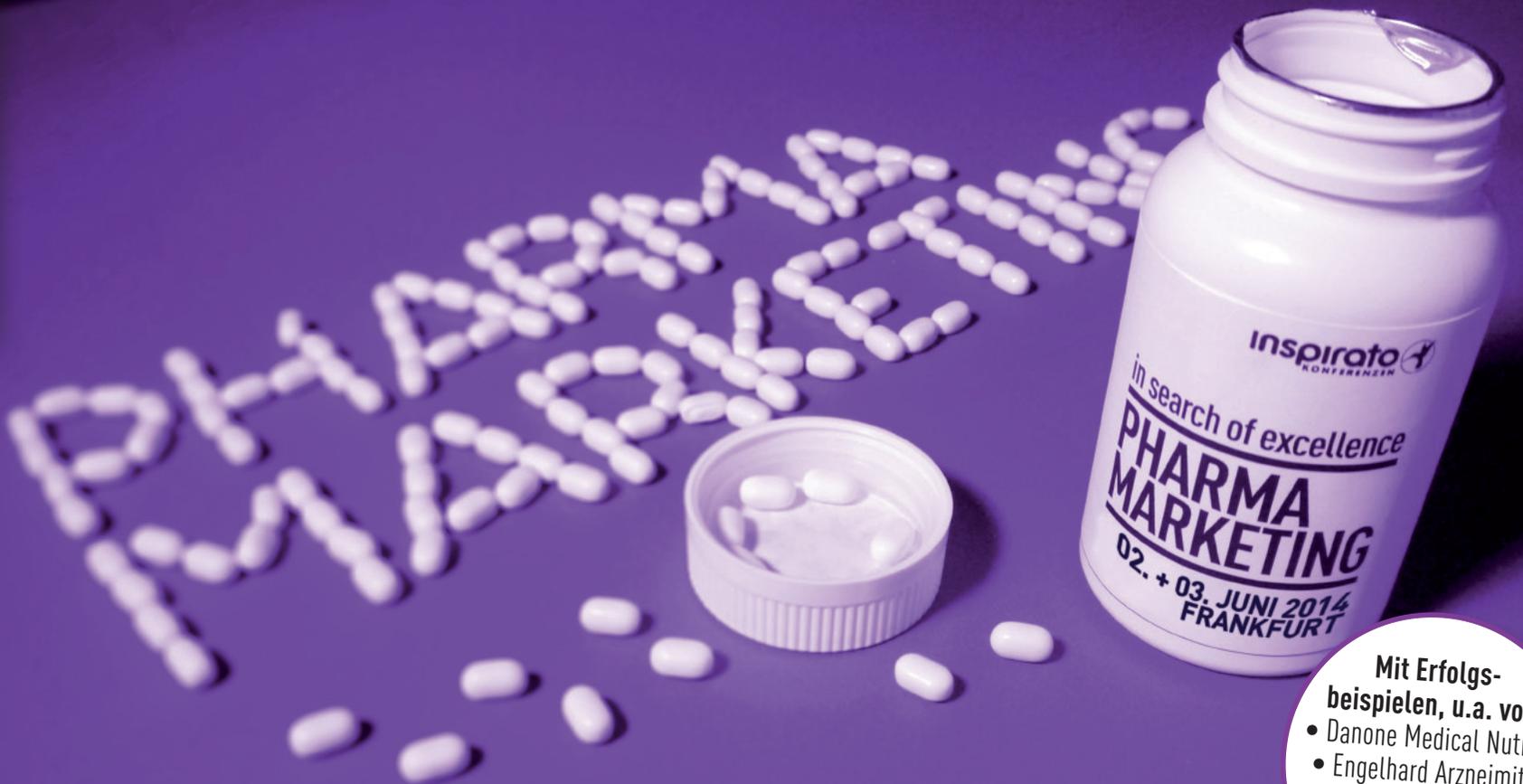


inspirato
**PHARMA
MARKETING**
AWARD 2014

DIE TOP-THEMEN:

- **FACTS AND FIGURES 2014** – Die erfolgreichen Player und besten Kampagnen in der dynamischen Pharmabranche
- **SHOPPER INSIGHTS** – Die aktuellen Trends zum Verbraucherverhalten bei OTC-Produkten
- **BRAND POSITIONING PAR EXCELLENCE** – Wie OTC-Hersteller durch Markenpflege und Kommunikation den Umsatz steigern
- **CROSS-MEDIAL ALS ERFOLGSFORMEL** – Wie OTC-Marken den goldenen Weg beim Marketingmix finden
- **THE POWER OF INNOVATION** – Warum langfristiger Erfolg von Produkten und neuen Ideen lebt
- **UMDENKEN AM POINT OF SALE** – Wie Schulungen und frische Handelskonzepte für mehr Begeisterung sorgen
- **FUTURE TRENDS TO WATCH** – Welche Chancen Big Data, Content Marketing sowie Open Innovation für die Healthcarebranche bieten

DER BRANCHENTREFF FÜR MARKETINGSCHIEDER DER PHARMA- UND HEALTHCAREBRANCHE



Mit Erfolgs-
beispielen, u.a. von:

- Danone Medical Nutricia
- Engelhard Arzneimittel
- Johnson & Johnson
- Dr. Loges
- DocMorris



inspirato
KONFERENZEN

INSPIRIEREND. FACETTENREICH. INTERAKTIV.

FACETTENREICH DAS THEMA



Die OTC-Branche ist einer der werbeintensivsten Märkte in Deutschland. Das steigende Gesundheitsbewusstsein und dem damit einhergehenden, veränderten Informationsverhalten der Endverbraucher im Bereich der Selbstmedikation erfordert neue Vermarktungsstrategien in Kombination mit einer strategischen Markenführung.

- Hören Sie in Frankfurt, wie OTC-Hersteller durch Markenpflege und zielgruppengerechte Kommunikation ihren Umsatz steigern.
- Erfahren Sie von Marketing-Experten und -Entscheidern, wie unterschiedliche Medien von TV über Print und Online bis Social Media und Bewegtbild optimal angesteuert werden.
- Informieren Sie sich, welche Chancen und Herausforderungen die Trendthemen Big Data, Storytelling und Open Innovation für den Healthcare-Markt bieten.

Pharma Marketing ist im Umbruch – in search of excellence!
Sind Sie bereit, sich dem Wandel zu stellen? Dann seien Sie dabei, wenn sich die OTC-Branche erneut in Frankfurt trifft!

AUFMERKSAMKEIT GARANTIERT AUSSTELLUNG UND SPONSORING

Wir bieten Ihnen eine Auswahl attraktiver Präsenz- und Werbeformen, mit denen Sie vor und während der Veranstaltung publikumsstark auf sich aufmerksam machen können.

Ihr Ansprechpartner für Ihr individuell auf Sie abgestimmtes Angebot:
Stefanie Kurz, inspirato KONFERENZEN
Telefon: +49 6172 981 96 81, E-Mail: s.kurz@inspirato.de

ABSOLUT INSPIRIEREND DIE REFERENTEN (U.A.)



Jens Neuhoff,
Marketing Director DACH,
Danone Medical Nutricia



Carsten Timmering,
Geschäftsführer,
Dr. Loges



Drs. Maurits W. van Tol,
Marketing Director,
Engelhard Arzneimittel



Werner Nuxoll,
Ass. Director Pharmacies,
Johnson & Johnson GmbH



Prof. Dr. Christian
Franken, Chief Pharma-
ceutical Officer, Member
of the Board, Doc Morris



Julius van de Laar,
Strategie- und
Kampagnenberater



Antje Schünemann,
Trend Consultant



Thomas F. Dapp,
Economist Deutsche Bank
Research, Deutsche Bank



Michael Petromilli,
Global Practice Leader
Healthcare, Prophet / USA



Valerie Pothmann,
Industry Manager
Healthcare,
Google Germany



Jan Fischer,
Geschäftsführer,
innosabi



Marc Smaluhn,
Managing Director
Central Europe,
Research Now



Olaf Bauer,
Vorstand,
Zächel International



Christian Henne,
Gründer und Geschäftsführer,
Strategieberatung
Henne Digital



Tino Niggemeier,
Geschäftsführer,
Xeomed



Wolfgang Pachali,
Mitglied des Vorstandes,
GWA & Geschäftsführer,
WEFRA



Julie Strobach,
Geschäftsführende
Gesellschafterin
EXTRAVERT Coaching



Dr. Nils Rauer,
MJI, Rechtsanwalt,
Partner, Hogan Lovells
International

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

IMPULSE UND INSIGHTS 2014

Die Trends und Treiber in der dynamischen Pharmabranche

10:45 – 11:15 INTERNATIONAL PERSPECTIVE

Why senior healthcare leaders believe they don't need to care about brand, and why they are wrong!

- Indications vs. human beings
- Selling packs vs. creating trust
- Doing research vs. spotting pain points

Felix Stöckle, Partner, Prophet Germany GmbH und Michael Petromilli, Global Practice Leader Healthcare, Prophet / USA (Vortrag in englischer Sprache)

11:15 – 11:45 INSIGHTS

Shopper Insights – OTC Marktforschung digital und mobil

- Best Practices in der digitalen Datenerhebung
- Technische und rechtliche Aspekte
- Do's and Don'ts für die Praxis

Marc Smaluhn, Managing Director Central Europe, Research Now GmbH

THE POWER OF INNOVATION

Warum langfristiger Erfolg von Produkten und neuen Ideen lebt

11:45 – 12:15 TRENDS TO WATCH

Open Innovation & Co-Creation – Der Kunde im Fokus von Marketing und Produktentwicklung

- Definition und Begriffsklärung
- Best-Practices: Branchenfremd, Healthcare & 2. Gesundheitsmarkt
- Vorstellung der Plattform Patient Innovation
- Ausblick: Bedeutung von Co-Creation für OTC-Produkte

Jan Fischer, Geschäftsführer, innosabi GmbH

12:15 – 12:45 GESPRÄCHSRUNDE

Pflege von Traditionsmarken, kontinuierliche Erneuerung oder radikale Innovation: Innovationsmanagement in der OTC-Branche
Es diskutieren: Ausgewählte Referenten des Tages

12:45 – 14:00 KOMMUNIKATIVE MITTAGSPAUSE

13:30 – 14:00 OPTIONAL FÜR INTERESSIERTE TEILNEHMER

Kooperations-Speed-Dating

Nutzen Sie die Möglichkeit, Ihr persönliches und unternehmerisches Netzwerk um potentielle Kunden, Dienstleister und Kooperationspartner zu erweitern! Treffen Sie in 5 Vier-Augen-Gesprächen à 5 Minuten auf Entscheider der Healthcare-Branche und finden Sie bei Lösungsanbietern und Innovationsführern neue Kooperationspartner.

NEU

BRAND POSITIONING PAR EXCELLENCE

Wie OTC-Hersteller durch Markenpflege und Kommunikation den Umsatz steigern

14:00 – 14:30 PRAXISBEISPIEL

Kommunikation, die Werte schafft:

Ein Blick hinter die Kulissen der Erfolgsgeschichte der Marke Pflüger
Wolfgang Pachali, Mitglied des Vorstandes, GWA (Gesamtverband der Kommunikationsagenturen) & Geschäftsführer, WEFRA Werbeagentur Frankfurt und A. Pflüger GmbH & Co. KG (in Abstimmung)

14:30 – 14:50 PRAXISBEISPIEL

Dr. Loges – Die Natur im Focus

- Vom Unternehmer zur Dachmarke
- Neugier als Basis für Innovation
- Repositionierung im Dschungel der Naturheilkunde

Carsten Timmering, Geschäftsführer, Dr. Loges + Co. GmbH

14:50 – 15:10 PRAXISBEISPIEL

Von der eindimensionalen Markenkommunikation hin zum Multi-Channel-Management (MCM)

- 360° Ansatz, der Rundum-Blick auf den Kunden
- Worin unterscheidet sich MCM bei Rx und OTC?

Drs. Maurits W. van Tol, Marketing Director, Engelhard Arzneimittel GmbH & Co. KG

UMDENKEN AM POINT OF SALE

Wie Schulungen und frische Handelskonzepte für mehr Begeisterung sorgen

15:10 – 15:40 PRAXISBERICHT

Beratungs- und Verkaufskompetenz am Point of Sale – Ganzheitliches Konzept in strategischer Kooperation mit Industriepartnern

- Mit neuem POS Konzept mehr Nachhaltigkeit schaffen
 - Konkrete Kooperationsmöglichkeiten
 - Praxisbeispiele für feste Industriepartnerschaften
- Julie Strobach, Geschäftsführende Gesellschafterin, EXTRAVERT Coaching GmbH**

15:40 – 16:10 KOMMUNIKATIVE KAFFEEPAUSE

16:10 – 16:40 PRAXISBEISPIEL

Apothek 3.0 – Wie Apotheker mit Online-Beratung im Videochat punkten

- Vorstellung des innovativen Projektes von DocMorris und Telekom
 - Herausforderungen und Perspektive des Kommunikations-Tools
- Prof. Dr. Christian Franken, Chief Pharmaceutical Officer, Member of the Board, Versandapotheke DocMorris**

HEALTH MEETS SPORT

Breitenwirksame Werbung für Gesundheitsprodukte

SPECIAL

16:40 – 17:00 IMPULSVORTRAG

Health meets Sport: Wie für Gesundheitsprodukte effizient Produktkontakt bei Sport Events generiert werden kann

- Warum der „Point of Emotion“ bei Sport Events viele hervorragende Aktivierungsmöglichkeiten bietet
 - Medienvielfalt bei Sportevents – mehr Möglichkeiten als man denkt
 - Zielgruppenkommunikation im Sport in Zeiten der Digitalisierung
 - Chancen für neue Wege in der Zielgruppenkommunikation
- Olaf Bauer, Vorstand, Zächel International AG**

Weitere Informationen zu den Referenten und Themen unter:

Mit freundlicher Unterstützung von:  qr code generator.de ... more than codes



17:00 – 17:30 PRAXISBEISPIEL

Erfolgreiche Aktivierung der Apotheken, Kooperationen und Shopper am Beispiel des FIFA WM 2014 Sponsorings von Johnson & Johnson

- Wie ist ein Sport-Sponsoring im OTC Bereich nutzbar?
- Wie kann man damit erfolgreich Apotheker, PTAs & Kooperationen involvieren und erreichen?
- Wie sorgt man damit für Frequenz in der Apotheke?

Werner Nuxoll, Ass. Director Pharmacies, Maïke Sternal, Customer & Shopper Marketing Leader Pharmacies und Monika May-Zickuhr, Senior Instore Excellence Manager, Johnson & Johnson GmbH

CA. 17:30 ENDE DES 1. KONFERENZTAGES UND AWARDCOCKTAIL

18:00 – CA. 19:30

PHARMA MARKETING AWARD VERLEIHUNG 2014

KEYNOTE

Digital Storytelling, Data und Deutungshoheit

Julius van de Laar, Strategie- und Kampagnenberater

Im überfluteten 24/7 News-Cycle kommen konventionelle Marketing-Maßnahmen an ihre Grenzen. Eine der ältesten und effektivsten Methoden, wenn es darum geht, komplexe Inhalte verständlich zu machen und Botschaften zu verbreiten, ist das Storytelling. Inhalte müssen so verpackt werden, dass die Zielgruppe bereit ist, sie zu verinnerlichen. Julius van de Laar zeigt anhand von Best-Practice Beispielen die Möglichkeiten des transmedialen Storytellings und Content Marketings.

AWARD- VERLEIHUNG

Als Highlight der inspirato Konferenz „Pharma Marketing“ wird der inspirato Pharma Marketing Award in drei Kategorien feierlich verliehen:

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



**inspirato
PHARMA
MARKETING
AWARD 2014**

IM ANSCHLUSS: AFTER SHOW PARTY IM INNENHOF

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



AB 09:00 EINSTIMMUNG AUF DEN 2. TAG MIT KAFFEE UND TEE

CROSS-MEDIAL ALS ERFOLGSFORMEL

Wie OTC-Marken den goldenen Weg beim Marketingmix finden

09:30 – 10:00 HEALTHCARE MEETS TV

Real Life Testimonials als Chance für die Pharma-Kommunikation

- Wirkung der Wirkung
- Wahrheiten und Gefühle
- Patient als Medium

Dr. York Fanger, Creative Director, Dr. Fanger & Ass. Visuelle Kommunikationsberatung GmbH

10:00 – 10:30

PRAXISBEISPIEL

Zielgruppenansprache Online – Wie Neocate Webbesucher zu Kunden konvertiert

- Onlineanalyse der Patient Journey und der Zielgruppenbedürfnisse
 - Effiziente Werbekanäle im Online-Marketingmix
 - Konversion – Wie aus Webbesuchern Kunden werden
 - Erfolgsmessung Online – Was trägt Online zum Ergebnis bei
- Jens Neuhoff, Marketing Director DACH, Nutricia GmbH – Danone Medical Nutricia und Tino Niggemeier, Geschäftsführer, xeomed GmbH**

NEU

10:45 – 11:30 3 PARALLELE INTERAKTIVE WORKLABS

WORKLAB 1

Social CRM: Chancen und Grenzen für Kundenbindung und Customer Experience in der digitalen Welt

- Die Healthcare Branche im digitalen Raum: Informationsbedürfnis und Informationshoheit
- Kundenbindung und Kundenservice
- Facebook, Twitter und die Alternativen

Christian Henne, Gründer und Geschäftsführer, Strategieberatung Henne Digital

WORKLAB 2

Nimm mich, ich bin gesund! Werbung mit gesundheitsbezogenen Aussagen

- Wann darf man Produkte mit gesundheitsbezogenen Aussagen bewerben?
- Wie darf man / muss man solche Aussagen in der Werbung belegen?
- Wem gegenüber darf man was sagen? (Fachkreise / Verbraucher)

Dr. Nils Rauer, MJI, Rechtsanwalt, Partner, Hogan Lovells International LLP

WORKLAB 3

Die YouTube Revolution - Wie Sie die Möglichkeiten digitaler Video-Plattformen ausschöpfen können

- Im Zeitalter von YouTube gibt es völlig neue Spielarten im Bewegtbild-Bereich
- Potentiale und Anwendungsmöglichkeiten von Online-Video werden praxisnah aufgezeigt

Valerie Pothmann, Industry Manager Healthcare, Google Germany GmbH

11:30 – 12:00 KOMMUNIKATIVE KAFFEEPAUSE

FUTURE TRENDS TO WATCH

12:00 – 12:30 PRAXISBEISPIEL

Rethink Pharma Marketing – Perspektiven einer OTC Marke NN (in Abstimmung)

12:30 – 13:15

MEGATREND

Big Data – Die ungezähmte Macht

Big Data wird zu einem volkswirtschaftlich relevanten Produktions-, Wettbewerbs- und somit Wachstumsfaktor. Moderne Analysetechnologien halten Einzug in sämtliche Lebensbereiche und verändern den Alltag. Insbesondere die Sensorik, biometrische Erkennungsverfahren und der allgemeine Trend zur Konvergenz von Informations- und Kommunikationstechnologien stimulieren die Big-Data-Bewegung. Daten haben einen ökonomischen Wert – dementsprechend sind die Risiken nicht zu unterschätzen.

Thomas F. Dapp, Economist Deutsche Bank Research, Deutsche Bank AG

IM ANSCHLUSS ZUSAMMENFASSUNG DURCH DIE MODERATORIN

13:30 – 14:30 GEMEINSAMES MITTAGESSEN ZUM ABSCHLUSS

BUSINESS PARTNER



EXTRAVERT zählt mit jährlich über 11.000 Trainings-, Schulungs- und Promotionsinsätzen zu den führenden Dienstleistern im Pharma- und Apothekenbereich. Die Pharma-

Agentur mit Sitz in Berlin steht für den kommunikativen Mehrwert und die Wissensvermittlung auf beruflicher Augenhöhe. Für die Umsetzung der individuellen Maßnahmen verfügt EXTRAVERT über einen Personalpool von mehr als 400 Referenten, Trainern und Coaches. www.extravertcoaching.de



Erhalten Sie neue und umfassende Erkenntnisse über Ihre OTC-Zielgruppen und Märkte mit Datenerhebung von **Research Now**. Wir sind der führende Anbieter für erlaubnis-

basierte rechtssichere Datenerhebung für die Marktforschung. Mehr als 6,5 Mio. Panelteilnehmer im Konsumenten-Bereich, sowie Umfrägelösungen für Online, Mobile und Social Media, ermöglichen Datenerhebung mit hohen Ausschöpfungsraten und kurzen Erhebungszeiträumen. Sodass Unternehmen verlässliche Daten erhalten, um noch bessere Unternehmensentscheidungen zu treffen. www.researchnow.com

BEEINDRUCKEND DIE JURYMITGLIEDER 2014



Katja Anette Brandt,
CEO Group Vizeum
Deutschland,
Vizeum Deutschland



Tobias Brodtkorb,
Managing Partner,
SEMPORA Consulting



Joss Hertle,
Industry Head Health-
care, Google Germany



Patrick Hollstein,
Geschäftsführer,
Apotheke Adhoc



Dominik Klahn,
Senior Manager
Business Development
and Corporate Affairs,
LINDA



Joachim Neukam,
Vice President Sales &
Customer Strategy,
GlaxoSmithkline
Consumer Healthcare



Wolfgang Pachali,
Mitglied des Vorstandes,
GWA & Geschäftsführer,
WEFRA



Jörg Pretzel,
Geschäftsführer,
GS1 Germany



Bernd Wilhelm,
Director Pharma &
Healthcare,
The Nielsen Company



**inspirato
PHARMA
MARKETING
AWARD 2014**

BEGEISTERND DIE HIGHLIGHTS 2013



»Awardverleihung in vier Kategorien: Bionorica (Unternehmen), Canesten (Marke), Lactostop (Neueinführung) und Serviceplan (Kampagne)«



»Ein gutes Event zum Netzwerken, gute Gespräche und erhellende Erkenntnisse aus den Vorträgen!«
(**Joss Hertle, Industry Head Healthcare, Google Germany**)



»Mehr als 110 Geschäftsführer und Marketingleiter pharmazeutischer Hersteller und deren Dienstleister«

INFORMATIONEN

ZEIT & ORT

2. und 3. Juni 2014
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 19.05.2014 ein **Zimmerkontingent** bereit, auf das Sie bei Bedarf zugreifen können. Bitte nehmen Sie die Buchung direkt im Hotel mit dem **Stichwort „inspirato“** vor. Weitere Hotелеmpfehlungen: www.inspirato.de/pharma-marketing-2014

ANMELDUNG

EARLY BIRD
SPECIAL



ONLINE

www.inspirato.de/pharma-marketing-2014

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 30.04.2014)	1.595,- Euro

- JA**, ich nehme an der inspirato Konferenz **PHARMA MARKETING** am **02. und 03. Juni 2014** in Frankfurt teil und melde mich an.
- Ja**, ich nehme an der **After-Award-Party** am 02. Juni 2014 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-2014](http://www.inspirato.de/pharma-marketing-2014)

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 Xing Events 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