gründerspot zum Thema Marketing und Kommunikation für Gesundheitsprodukte

So sage ich es dem Arzt und Patienten!

Schon lange ist der gründerspot der BIOPRO ein Format für handfeste Tipps und angeregte Diskussionen. In seiner aktuellen Ausgabe „Wie sage ich es dem Arzt und Patienten? Marketing und Kommunikation für Gesundheitsprodukte" drehte sich alles rund um das Thema Öffentlichkeitsarbeit und Werbung sowie die rechtlichen Grundlagen, die bei der Bewerbung von Medizin- und Gesundheitsprodukten eine besondere Hürde darstellen.

Wie kann ich mein Medizinprodukt zielgruppenorientiert vermarkten? Wie positioniere ich es auf dem Markt und wie werde ich wahrgenommen? Was ist bei der Bewerbung noch im rechtlichen Rahmen und worauf muss ich achten? Die Themen Marketing und Öffentlichkeitsarbeit gestalten sich im Rahmen von Medizinprodukten und für pharmazeutische Erzeugnisse deutlich komplizierter als in anderen Branchen. Oftmals ist die Zielgruppe hier nicht der Endverbraucher, sondern Ärzte, Krankenhäuser, Krankenkassen und Praxen. Hinzu kommt, dass die Bewerbung vieler Produkte in diesem Umfeld strengen Regeln und Richtlinien unterworfen ist. Im Rahmen des aktuellen gründerspots brachten die drei Experten Kürsat Çifçi von webinvasiv – Healthcare Communication GmbH, André von Merzljak von Merzljack Healthcare Marketing und Jörg Hackstein von Hackstein Reuter Rechtsanwälte, Licht ins Dunkel.

Schnell wurde klar: die wenigsten Firmen und Start-ups können es sich leisten, nicht zu werben. Dabei verschwimmt die Grenze zwischen Marketing, Kommunikation und Public Relations zunehmend, vor allem in Zeiten von Social Media. Eine sorgfältige Planung und genaue Zielgruppenanalyse sind hier ebenso wichtig, wie ein roter inhaltlicher Faden, erklärte Çifçi in seinem Vortrag. Nach dem die wichtigsten Grundregeln für eine effektive Online-Kommunikation erläutert wurden, hatte der Branchenexperte, André von Merzljak, auch handfeste Tipps für konkrete Marketingmaßnahmen parat. So kann beispielsweise die Automatisierung des Marketings vieles vereinfachen, die Personalisierung und Segmentierung der Kontakte wiederum erhöht u.a. die Klickraten und die Chance, gesehen zu werden.

Beide Experten sind sich einig: gutes Marketing muss keine Unsummen verschlingen, kostet aber sehr wohl Zeit, Aufwand und Ressourcen. Es bietet aber auch den Firmen und Start-ups die Gelegenheit, die Wahrnehmung von außen zu steuern und ihr Produkt oder die Dienstleistung selbst zu platzieren.

Der Fachanwalt für Medizin- und Vergaberecht, Jörg Hackstein, beleuchtete das Thema von der rechtlichen Seite. Zusätzlich zu den allgemeinen Regeln der Werbung gibt es im Gesundheitsmarkt nämlich zum Teil erhebliche Einschränkungen. Die Werbung unterliegt hier einer Vielzahl von Gesetzen, unter anderem dem HWG, aber auch der MDR, der KHG, der ApoG und weiteren Vorgaben. Die wichtigsten Regeln erläuterte der Anwalt anhand von griffigen Beispielen, die eine spannende Diskussion zu den Do's und Dont's bei der Bewerbung von Gesundheitsprodukten einleiteten.

Das Interesse an einem fachbezogenen Austausch und der Informationsvermittlung unter den Gründerinnen und Gründern aus der Gesundheitsindustrie war auch in dieser Ausgabe des gründerspots groß. Mit dem nächsten spannenden Thema in der Reihe gründerspot melden wir uns im Herbst bei Ihnen. Gerne können Sie uns auch ein Thema zurufen, dass für Sie als Life Sciences Gründerin oder Gründer von besonderem Interesse ist (gruendung(at)bio-pro.de), dann prüfen wir, ob wir dazu eine Veranstaltung anbieten können. Unser Tipp zum Schluss: Abonnieren Sie unseren Newsletter und wir halten Sie auf dem Laufenden.

Pressemitteilung

26.07.2023
Quelle: BIOPRO Baden-Württemberg GmbH

Weitere Informationen

BIOPRO Baden-Württmberg GmbH
Alexanderstraße 5
70184 Stuttgart

Fachkontakt:
Frau Özgül Boztepe
Innovations- und Gründungsunterstützung
Tel.: +49 (0) 711 218185 17
E-Mail: gruendung(at)bio-pro.de

Pressekontakt:
Thomas Meinert
Kommunikations- und Veranstaltungsmanagement
Tel.: +49 (0) 711 218185 12
E-Mail: meinert(at)bio-pro.de

- BIOPRO Innovations- und Gründungsunterstützung