

Marketing für Medizinprodukte im Selbstzahlermarkt

HCPs, Apotheken und Endkund*innen gezielt ansprechen



DIE THEMEN

- Positionierung von OTC- und Consumer-Medizinprodukten im Apotheken- und Selbstzahlermarkt
- Vom technischen Medizinprodukt zur klaren Consumer-Health-Marke
- Integrierte Marketingstrategien entlang der Customer Journey
- Zusammenarbeit mit HCPs, Apothekenteams und Außendienst im B2B2C-Markt
- Kampagnenerfolg messen und optimieren mit praxisnahen KPIs
- Rechtssichere Fach- und Laienkommunikation (HWG, MDR, UWG) und Medical Approval

IHRE REFERENT*INNEN

Katja Hoos

Schalast LAW | TAX, Frankfurt

Andrea Zapf

PARI GmbH, Starnberg

Gerald Peter

Carada Strategy, Baden-Baden

Marketing für Medizinprodukte im Selbstzahlermarkt

Ziel des Online-Seminars

In diesem Praxisseminar erfahren Sie, wie Sie Consumer-Medizinprodukte wirkungsvoll im Spannungsfeld zwischen Fach- und Laienkommunikation positionieren – unabhängig davon, ob eine Erstattung vorliegt oder nicht.

Sie lernen, wie Sie Ihre Zielgruppen im Apothekenumfeld, im Direktvertrieb und über digitale Kanäle klar definieren und passgenau ansprechen. Dabei geht es sowohl um die Kommunikation mit Healthcare Professionals (HCPs) als auch um die gezielte Ansprache von Endkund*innen.

Ein Schwerpunkt liegt auf der Entwicklung rechtssicherer Marken- und Kommunikationsstrategien, die medienübergreifend funktionieren: von der Positionierung über Kampagnenplanung und KPI-basierte Erfolgskontrolle bis hin zur effizienten Zusammenarbeit mit der Rechtsabteilung.

Wer sollte teilnehmen?

Das Seminar richtet sich an:

- Marketing- und Vertriebsverantwortliche
- Business-Development-Verantwortliche
- Produkt- und Projektmanager*innen

aus MedTech-Unternehmen mit Consumer-Produkten, die ihre Vermarktungsstrategie über Apotheken, HCPs oder Direktkanäle weiterentwickeln möchten.

Auch Geschäftsführer*innen sowie Verantwortliche aus den Bereichen Digital Marketing, E-Commerce oder Außendienst sind herzlich eingeladen.

IHRE REFERENT*INNEN

Katja Hoos

Schalast LAW | TAX, Frankfurt
Rechtsanwältin | Fachanwältin für Medizinrecht | Partnerin

Gerald Peter

Carada Strategy, Baden-Baden
Inhaber

Andrea Zapf

PARI GmbH, Starnberg
Senior Director Marketing Communications

Ihr Nutzen

- Sie gewinnen Klarheit, wie Sie Ihre OTC- und Consumer-Medizinprodukte im Apotheken- und Selbstzahlermarkt so positionieren, dass sowohl HCPs als auch Endkund*innen gezielt angesprochen werden.
- Sie erhalten praxisnahe Ansätze, um aus einem technischen Medizinprodukt eine verständliche, wiedererkennbare Consumer-Health-Marke zu entwickeln – inklusive geeigneter Kanäle und Botschaften.
- Sie lernen, wie Marketing, Vertrieb und Medical Approval strukturiert zusammenspielen, damit Kampagnen rechtssicher geplant, umgesetzt und anhand relevanter KPIs bewertet werden können

Wir sind zertifiziert

Mit den Zertifizierungen ISO 9001 und ISO 21001 geben wir Ihnen einen transparenten Einblick in unsere Prozesse und bieten höchste Qualitätsstandards.

HCPs, Apotheken und Endkund*innen gezielt ansprechen

Ihr Programm von 09:00 - 17:00 Uhr

Positionierungsstrategien im Apotheken- und Selbstzahlermarkt

Gerald Peter

- Marketing-Strategie: Wer genau ist die Zielgruppe und wie gewinnen wir sie im 2-stufigen Markt B2B2C. (Marke->Vertrieb->Apotheke/Arzt->Patient*in)
- Positionierungsstrategien im Apotheken- und Selbstzahlermarkt
- Fach- und Laienkommunikation: die Erfolgsfaktoren im Apothekenmarkt
- Budget Planung für Consumer Marketing - praktische Benchmarks und Risiken managen
- Effiziente Kommunikation & Vertrieb: Markteintrittsstrategien abh. vom Budget

Vom technischen Produkt zum emotionalen Markenversprechen

Andrea Zapf

- Von der Fachinformation für HCPs zu patientengerechten Informations- und Werbematerialien
- Abstimmung mit int. Schnittstellen - Herausforderungen im Alltag mit neuer Zielgruppe

Integrierte Marketing- und Kommunikationsstrategien entlang der Customer Journey

Gerald Peter

- Von der Strategie zur Umsetzung: Briefing, Personas, Kommunikationskanäle
- Endlich kreative Kommunikation: Trotz MDR-Vorgaben kreativ kommunizieren
- POS & Digital: Welche Werbemittel sind sinnvoll i
- Kampagnen effizient steuern: Digitale Tools (CRM, Analyse-Tools)
- KPI-basierte Erfolgsmessung: Best Practice

Rechtliche Leitplanken für Werbung und Vertrieb

Katja Hoos

- Regulatorische Rahmenbedingungen: HWG, UWG, MDR
- Fach- vs. Laienkommunikation: HCPs, Endkund*innen und Grenzen der Laienwerbung
- Rechtssichere Gestaltung von Marketing- und Vertriebsstrategien (Apotheke, Online, Social Media, Influencer)
- Best Practices für Medical Approval: Prozesse und Zusammenarbeit zwischen Marketing und Rechtsabteilung
- Praxisbeispiele "kreativer" und gleichzeitig rechtssicherer Kampagnen

Workshop: Marken schärfen, Personas definieren, Apotheken überzeugen

Gerald Peter, Andrea Zapf

Marketing für Medizinprodukte im Selbstzahlermarkt

ANMELDUNG UNTER

service@forum-institut.de
www.forum-institut.de
Webcode 26092330

Tel. +49 6221 500-500
Fax +49 6221 500-555



ANMELDEFORMULAR

Ja, ich nehme teil:

- Marketing für Medizinprodukte im Selbstzahlermarkt
- Ja, ich bin damit einverstanden, dass das FORUM Institut mir Informationen zu Veranstaltungen
 per E-Mail per Telefon übermitteln darf.
Meine Einwilligung kann ich jederzeit widerrufen.

Name, Vorname

Position/Abteilung

Firma

Straße

PLZ/Ort/Land

Tel./Fax

E-Mail

Ansprechpartner/-in im Sekretariat

Datum, Unterschrift

Termin:

Donnerstag, 24. September 2026 - online
09:00 - 17:00 Uhr
Einwahl 30 min vor Seminarbeginn möglich

Gebühr:

€ 1.290,00 (+ gesetzl. MwSt.)
Die Gebühr beinhaltet eine Dokumentation und ein Zertifikat zum Download, den Zugang zum Learning Space sowie technische Betreuung einschließlich PreMeeting.

So funktionieren unsere Online-Veranstaltungen

- Unsere Online-Veranstaltungen finden live und interaktiv im Learning Space statt. Dort finden Sie ebenfalls sämtliche Unterlagen, das Programm und die Liste der Teilnehmenden.
- Zugang zum Learning Space erhalten Sie mit Ihrem Account für das Kundenportal.
- Das Gratis PreMeeting bereitet Sie optimal vor, um eventuelle technische Hürden vorab auszuräumen.
- Eine durchgehende Betreuung während der Online-Veranstaltung garantiert ein optimales Weiterbildungserlebnis.
- Wir garantieren höchste Qualität nach ISO 9001 und ISO 21001.

AGB

Es gelten unsere Allgemeinen Geschäftsbedingungen (Stand: 01.06.2024), die wir auf Wunsch jederzeit übersenden und die im Internet unter www.forum-institut.de/agb eingesehen werden können.



IHRE ANSPRECHPARTNERIN



Dr. Myriam Friedel
Konferenzmanagerin Healthcare
Tel. +49 6221 500-563
m.friedel@forum-institut.de