



Foto: Michael Timmerfeld/Health Lab by Burda



Foto: Michael Timmerfeld/Health Lab by Burda



Foto: BurdaVerlag



Foto: Michael Timmerfeld/Health Lab by Burda



Foto: Michael Timmerfeld/Health Lab by Burda



Foto: Michael Timmerfeld/Health Lab by Burda



Foto: Viviane Simon/Health Lab by Burda



Foto: Michael Timmerfeld/Health Lab by Burda



Foto: Viviane Simon/Health Lab by Burda



Foto: Michael Timmerfeld/Health Lab by Burda

Kooperation und Austausch als Gebot der Stunde

Health Lab by Burda
22. September 2022, Allianz Arena in München

Über 350 Gäste aus der Gesundheits- und Medienbranche folgten der Einladung des BurdaVerlags und BCN Brand Community Network zum Health Lab by Burda. Der Zukunftspakt Apotheke und die Klambt Mediengruppe waren erneut Partner der Veranstaltung in der Münchner Allianz Arena. Das Branchenevent stand unter dem Motto „#Gemeinsam schneller – Wandel sinnvoll gestalten“. Burda-Vorstand und Gastgeber Philipp Welte eröffnete das Event und brachte das Motto in seiner Opening-Keynote auf den Punkt: „Nie zuvor war dieser

Impuls zu einem gemeinsamen Austausch von Wissen, Erfahrungen und Strategien wichtiger als heute. Gerade in einer Zeit des Umbruchs, der Transformation vieler Bereiche von Wirtschaft und Gesellschaft, sind Kooperation und Kollaboration bis hin zu strategischen Allianzen von entscheidender Bedeutung. Uns muss allen klar sein: egal, für wie groß wir uns halten – die Krise vor uns zu überstehen wird schwer für jeden, wenn er alleine kämpfen muss.“ Thematisch standen die Diskussionen und Vorträge im Zeichen der ökonomi-

1. Stadionatmosphäre: Über 350 Gäste kamen in der Allianz Arena in München zusammen zur siebten Auflage des Health Lab by Burda
2. Die Gastgeber (v.l.): Kay Labinsky (BurdaVerlag) und Philipp Welte (Hubert Burda Media)
3. Zum Thema Holistic Health diskutierten (v.l.) Mathias Hevert (Hevert-Arzneimittel), Julie Strobach (Gründerin) und Bernhard Graf (Paul Hartmann). Das von Florian Bernsdorf (Serviceplan Health; nicht im Bild) moderierte Panel beschäftigte sich mit der Frage: Wie gelingt die Transformation hin zum holistisch agierenden Gesundheitsunternehmen?
4. Kirsten Latour (Klosterfrau) im Austausch mit Udo Radzio (BCN)
5. Hans Rittinghausen (Weber&Weber) folgte der Einladung zu dem Event
6. Jörg Wiczorek, Vorsitzender des B.A.H. Bundesverband der Arzneimittel-Hersteller e.V., gab zu bedenken, dass die finanzielle Absicherung eine der Herausforderungen darstellt. Dabei solle künftig nicht die Frage was kostet uns das

schen, politischen und technologischen Veränderungen, die die Wirtschaft vor Herausforderungen stellt, etwa durch Rohstoffabhängigkeiten, explodierende Energiepreise und eine weiter steigende Inflation. Aber auch anstehende Transformationen und welche Rolle die Digitalisierung dabei spielt, wurden thematisiert. In einer Expertenrunde wurde beispielsweise die Frage erörtert, wie sehr die Bürger dem Gesundheitssystem noch vertrauen. „Unser Gesundheitssystem ist leistungsstark und hat immer noch einen guten Ruf – aber den drohen wir mehr und mehr zu verspielen“, sagte etwa Mediziner, Autor und Unternehmer Prof. Dr. med. Dietrich Grönemeyer in dieser Runde. In einer weiteren Fachdiskussion ging es um das Thema Holistic Health, ein anderes Panel widmete sich den Aspekten Digitalisierung und Data – zwischen Fortschritt und Datenschutz. Zudem gab es Einblicke in Marketing- und Kommunikationsthemen etwa zur Social-Media-Aktion initiiert von der

Agentur Antoni ‚#ZusammenGegenCorona‘, bei der sich über 1.000 Unternehmen beteiligten und ihren Claim in einen Impfaufruf änderten. Während Sven Wedig von Vollpension Medien den „golden Circle of Social Media“ mit Tipps für die Kommunikationsdisziplin erläuterte, sprach Charlotte Karlinger, TV-Gesundheitsexpertin und Head of Content Development bei ‚Vital‘ (Klambt Verlag) über die Rolle von Gesundheit & Well-being in Social Media. Kay Labinsky, CPO im BurdaVerlag und Gastgeber des Health Lab, zog ein positives Fazit: „Das Health Lab hat in diesem Jahr mehr Top-Entscheider:innen aus der Branche angezogen denn je. Sie haben diese Kommunikationsplattform genutzt, um in hochkarätig besetzten Diskussionsforen Lösungen für die, in dieser Dimension auch in der Pharmaindustrie noch nie dagewesenen Herausforderungen zu finden. Besonders gefreut habe ich mich über die spürbare Entschlossenheit und einen – trotz allem – positiven Blick in die Zukunft.“ (aj)

7. v.l.: Stefan Walk (Hermes) und Joss Hertle (Ratynal) trafen bei dem Event aufeinander
8. v.l.: Prof. Dietrich Grönemeyer (Mediziner, Grönemeyer Health), Daniel Bahr (Allianz Private Krankenversicherung) und Dr. Stephan Eder (Stada) sprachen zum Thema Vertrauen in das Gesundheitssystem
9. Insights rund um die Umsetzung der ‚#ZusammenGegenCorona‘-Kampagne lieferte Sven Doerrenbaecher von der Berliner Agentur Antoni. Innerhalb kürzester Zeit gab es eine kollektive Bewegung der Industrie – mehr als 1.000 Unternehmen und Marken konnten mobilisiert werden, ihre Claims in Impfaufträge umzutexten und auf Social Media zu teilen
10. Julia Bauer und Julian Bekurts (beide Hexal) mischten sich ebenfalls unter die Gäste
11. v.l.: Dr. Martina Weiß (Pfizer) mit Simon Bücher (Ihre Apotheken) und Matthias Groß (Alive Pharma) nutzten die Gelegenheit zum Netzwerken