

Avoxa – Mediengruppe
Deutscher Apotheker GmbH

Apothekerhaus Eschborn
Carl-Mannich-Straße 26
65760 Eschborn

Pressekontakt Maria Scholz
E-Mail presse@expopharm.de
www.expopharm-impuls.de

expopharm Impuls überzeugt mit Innovationen

Eschborn (17. September 2021) – Gestern endete die expopharm Impuls als fünftägiges digitales Live-Event. Die Veranstaltung führte die gesamte Apothekenbranche zusammen. Unter dem Motto „Entdecken, Verstehen, Vernetzen“ rückten all die Themen in den Fokus, die die Apotheken derzeit besonders bewegen. Die Teilnehmer nutzten die Gelegenheit, sich über Neuheiten und Entwicklungen zu informieren, berufliche Netzwerke aufzubauen sowie mit Herstellern, Referenten und Kollegen in den Austausch zu kommen.

„Es war die richtige Entscheidung, dass wir auf ein dreidimensionales Programm gesetzt haben: Ein breites Veranstaltungsangebot, einen Marktplatz der Anbieter und schließlich vielfältige Möglichkeiten zum Netzwerken“, resümiert Metin Ergül, Geschäftsführer der Avoxa - Mediengruppe Deutscher Apotheker, die die expopharm Impuls ausgerichtet hat.

In einem Mix aus Vorträgen, Diskussionsrunden, Digital Guided Tours und Live-Fragerunden informierten mehr als 130 ausgewiesene Referenten über relevante Entwicklungen und Innovationen. Sechs Schwerpunktthemen steckten dabei den inhaltlichen Rahmen ab: Pharmazeutische Dienstleistungen, Pharmazie, E-Rezept, Politik und Markt, Apotheken-Management und Digitale Kundenbindung.

Eines der Highlights der expopharm Impuls war die politische Diskussionsrunde der Reihe „PZ Nachgefragt“ zur Apothekenpolitik in der nächsten Legislaturperiode. Die gesundheitspolitischen Sprecher der Parteien diskutierten mit ABDA-Präsidentin Gabriele Regina Overwiening und Benjamin Rohrer, Chefredakteur der Pharmazeutischen Zeitung.

Das pharma-world-Format – seit Jahren erfolgreicher Bestandteil der pharmazeutischen Fachmesse expopharm – beschäftigt sich dieses Mal mit spannenden Themen, wie Long-COVID, Harnwegsinfekten oder Tinnitus.

Eine Bereicherung stellten die neuen Programmformate APOlesson, PTAtalk und PKAdialog dar. Speziell auf PTA beziehungsweise PKA zugeschnittene Angebote griffen Aspekte des beruflichen Alltags auf und boten Gelegenheit, sich zu informieren und auszutauschen.

„Wir danken unseren über 65 Partnern bei der expopharm Impuls. Mit ihren zahlreichen Angeboten haben sie den virtuellen Marktplatz zu einem attraktiven Ort gemacht. Und sie ermöglichten, dass die Veranstaltung für die Teilnehmer auch in diesem Jahr kostenlos sein

konnte“, so Madlen Bürge, Geschäftsbereichsleiterin Messen und Kongresse der Avoxa Mediengruppe. Seite 2

Der digitale Start-up-Pitch apostart zeigte interessante und zukunftsweisende Produkte und Dienstleistungen. Als Gewinner dieses Wettbewerbs kürten die Teilnehmer adiutaByte, die eine Lösung für eine effiziente und einfache Tourenplanung des Botendienstes der Apotheke entwickelt haben. AdiutaByte erhält ein Preisgeld von 4.000 € sowie eine kostenfreie Messebeteiligung bei der expopharm 2022 in München.

„Vernetzen“ war die dritte starke Säule der expopharm Impuls. Über die Netzwerkprofile, die die Teilnehmer für sich angelegt hatten, kommunizierten sie untereinander sowie mit Marktpartnern und Referenten – beispielsweise in Live-Fragerunden, Chats oder auf der virtuellen Plattform Impuls Treffpunkt.

„Wir freuen uns, dass die Teilnehmer die Angebote, digital in den Austausch zu gehen, so intensiv genutzt haben. Es besteht ein echtes Bedürfnis in der Branche, miteinander in Kontakt zu kommen“, erklärt Madlen Bürge. „Deswegen haben wir während der Pandemie immer wieder digitale Angebote gemacht, um der Apothekerschaft und ihren Partnern den Dialog zu ermöglichen.“ Die Avoxa Mediengruppe erreichte mit ihren digitalen Formaten – expopharm Impuls, pharmacon@home und PZ Nachgefragt – in den letzten 18 Monaten insgesamt über 30.000 Teilnehmer.

„Die zentrale Herausforderung für zukünftige Veranstaltungen wird sein, ein noch tieferes Know-how zu entwickeln, um punktgenau inszenierte Live- und Online-Events anzubieten. Ziel ist es, Experten und Teilnehmer aus dem Apothekenmarkt auf Augenhöhe zusammenzubringen. Augenhöhe meint in diesem Zusammenhang nicht nur den Austausch zu den aktuellen Lösungsangeboten. Vielmehr soll der Austausch den Ausbau der fachlichen Kompetenz und des Geschäftskonzepts ermöglichen sowie Anstoß für neue Zukunftsprojekte geben. Das Treffen auf der Messe gibt dazu die Initialzündung und wird mit weiterführenden digitalen Austauschmöglichkeiten erfolgreich fortgesetzt“, so Madlen Bürge. Umgesetzt wird dieser Ansatz bereits beim pharmacon Schladming, der vom 16. – 21. Januar 2022 als Hybridkonzept erlebbar sein wird. Auch die expopharm in München vom 14. – 17. September 2022 wird die analoge und digitale Welt verbinden.

Die Aufzeichnungen der Programmbeiträge der expopharm Impuls werden zur nachträglichen Ansicht vom 20. September 2021 bis zum 14. Januar 2022 online zur Verfügung stehen.

Hintergrund:

Die expopharm Impuls fand im vergangenen Jahr erstmals statt. Die Avoxa Mediengruppe entwickelte sie als Antwort auf die Pandemie-bedingte Absage der expopharm, Europas größter pharmazeutischer Fachmesse. Aufgrund der aktuellen Corona-Situation wurde auch die expopharm 2021 in Düsseldorf abgesagt und dafür die expopharm Impuls durchgeführt.