

**3.400+ FOLLOWER.
300.000+ IMPRESSIONS.
TOP KUNDEN AUS EUROPA.**

So haben wir gemeinsam die Personal
Brand von Robert Gielow aufgebaut

Mit LinkedIn zu Europas Top-Kund:innen –
und zum Aufbau eines eigenen Teams

*“Mein Team und ich arbeiten heute mit den
innovativsten Pharma und Supplement
Companies aus ganz Europa zusammen.”*



ROBERT GIELOW
CEO VON MENTRY PHARMA

Inhalte

Overview & Ziele	2
Unser Vorgehen	4
Ergebnisse	11
Feedback	12
Mehr Infos	13
Kontakt	14



Overview

UNTERNEHMEN & ZIELSETZUNG

MENTRY PHARMA ist ein Startup-Inkubator, der internationale Unternehmen beim Aufbau und der Skalierung im deutschen Apothekenmarkt unterstützt. Dabei liegt der Fokus auf Marken im Bereich Nahrungsergänzung, OTC und Pharmazeutika.



ROBERT GIELOW

Robert Gielow ist Gründer und Geschäftsführer von MENTRY PHARMA – und bringt nicht nur umfangreiche Erfahrung aus der Gesundheitsbranche mit, sondern auch aus dem Leistungssport.

Mit über zehn Jahren in verantwortungsvollen Positionen in der Pharma- und Supplementbranche kennt er die Herausforderungen des Marktes aus erster Hand.

2024 gründete er MENTRY PHARMA, um genau hier anzusetzen: als Bindeglied zwischen starken Marken und dem deutschen Gesundheitsmarkt.

Overview

UNTERNEHMEN & ZIELSETZUNG

MENTRY PHARMA ist ein Startup-Inkubator, der internationale Unternehmen beim Aufbau und der Skalierung im deutschen Apothekenmarkt unterstützt. Dabei liegt der Fokus auf Marken im Bereich Nahrungsergänzung, OTC und Pharmazeutika.

ÜBER MENTRY PHARMA

Robert und sein Team begleiten ihre Partner ganzheitlich und entwickeln für sie individuelle Multikanalstrategien – von E-Commerce über Handelsplattformen bis hin zum Apothekenmarkt.

Dabei agieren sie nicht nur als strategische Berater, sondern auch als Interims Manager, Sparringspartner, Mentoren und Investoren.

Das Ziel auf LinkedIn:

MENTRY PHARMA auch online als innovativer Akteur in der Branche sichtbar machen und eine starke Personal Brand für Robert Gielow aufbauen – um potenzielle Kund:innen, Partner:innen und Mitarbeitende gezielt anzusprechen und Vertrauen über persönliche Sichtbarkeit zu schaffen.

Unser Vorgehen

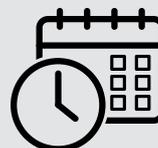
DER ABLAUF

Jede erfolgreiche Personal Brand beginnt mit einem klaren Plan. Gemeinsam mit Robert haben wir Schritt für Schritt eine fundierte Strategie entwickelt, die nicht nur zu seiner Persönlichkeit passt, sondern auch zu den Zielen von MENTRY PHARMA.

Unser Ziel: Authentische Sichtbarkeit schaffen – sowohl für **potenzielle neue Mitarbeitende** als auch für **Kund:innen und Geschäftspartner:innen** im Bereich Pharma & Supplements.



Ziele
festlegen



Zeiteinsatz &
-horizont festlegen



Eindeutige
Positionierung



LinkedIn-Strategie &
Content-Planung

Unser Vorgehen

POSITIONIERUNG

Das Wichtigste zum Start des Personal Brandings ist eine klare Positionierung.

Hier haben wir Robert gezielt **Fragen zu ihm selbst, seinem Unternehmen, der Zielgruppe und den Wettbewerbern** gestellt. Warum? Um seinen USP und den Kundennutzen optimal hervorzuheben und ihn gleichzeitig vom Wettbewerb anzuheben.

Jede Personal Brand ist einzigartig und das möchten wir sowohl auf dem Profil als auch durch den Content deutlich machen.

- 1 Unternehmen:**
Angebote, Leistungen, Ziele, Unternehmenskultur, -werte ...
- 2 Du selbst:**
Eigene Werte, Stärken, Schwächen, Wofür stehst du?, Aufgaben, Rolle im UN, dein USP ...
- 3 Zielgruppe:**
Eigenschaften, Bedürfnisse, Ziele, Probleme der Zielgruppe ...
- 4 Wettbewerb:**
Unterschiede zum WB, Was macht WB besser /schlechter? ...

Unser Vorgehen

PERSONAL BRANDING STRATEGY

Auf Basis der Ziele sowie der eindeutigen Positionierung haben wir die **Personal-Branding-Strategie** um die vier unten genannten Bestandteile einer Personal Brand aufgebaut. Damit können wir die **richtigen Menschen erreichen**.



Profil



Interaktion

Social Selling / Recruiting



Vernetzung



Content

Unser Vorgehen

PROFILOPTIMIERUNG

Im ersten Step haben wir das Profil optimiert hinsichtlich der Fragen:

Wer bietet was für wen und zu welchem Nutzen?

Das Profil sollte Roberts Unternehmen und Person authentisch darstellen, aber auch direkt die Zielgruppe ansprechen und ihn vom Wettbewerb abheben.

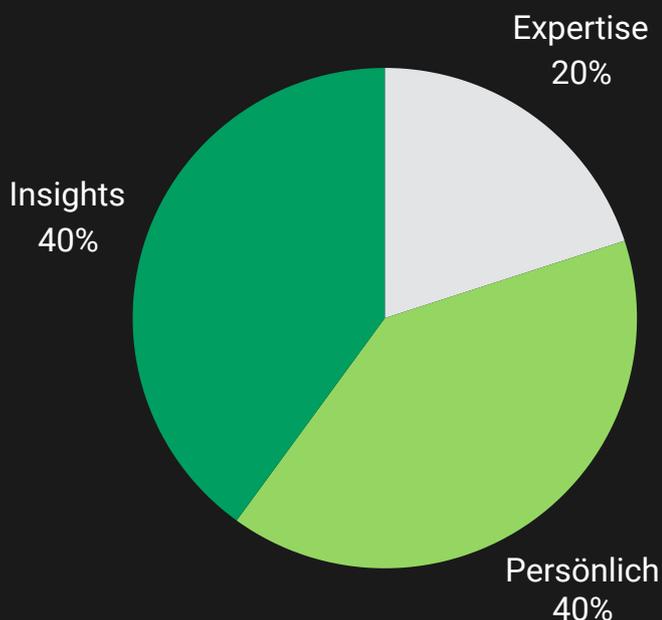
Beispiele der Profilelemente, die wir angepasst haben:

- Profilbild, das Robert deutlich zeigt
- Banner mit Social Proof durch Logos
- Eindeutige Message + Kommunikation des Nutzens in Slogan und Bannertext
- Creator-Modus und Verlinkung sind aktiviert
- ...

Unser Vorgehen

CONTENT-STRATEGIE & PLANUNG

Im nächsten Step haben wir die Content-Strategie aufgestellt, mit den Content Types, die auf das Ziel des Brand Buildings einzahlen. Später kamen Conversion Posts im Einklang mit der MENTRY Pharma Company Page hinzu.



Expertise: Verschafft Expertenstatus

→ Fachliches & Wissen (produkt-, job- und leistungsbezogen)

Insights: Zeigt Unternehmenskultur und -werte

→ Einblicke in deinen Arbeitsalltag und ins Unternehmen

Persönliches: Schafft Verbindung mit der Zielgruppe

→ Meinungen, Erfahrungen, Interessen ...

Conversion: Bringt Leads, Aufträge, Bewerbungen,

→ wenn Stellen offen sind, zur Bewerbung eines Events etc.

Unser Vorgehen

CONTENT-STRATEGIE & PLANUNG

Aus den Content Types haben wir im nächsten Schritt ein **Content Set aus Roberts Top-Themen** in unterschiedlichen Formaten erstellt. So können wir seine Expertise zu allen Themen rund um Pharma, Supplements und Health sowie seine Persönlichkeit mit seiner Vergangenheit als Leistungssportler zeigen und damit die richtigen Menschen ansprechen, immer vor dem Hintergrund der Unternehmensziele.

The image displays a collection of content assets. On the left is a social media post by Robert Gielow with a blue background and white text. In the center is a long-form article with a white background and blue text, featuring a 'SWIPE' button. On the right is a photo gallery with three images: a man in a blue jacket in a field, a green field under a blue sky, and a path leading to a building.

Robert Gielow · 1 ·
1 Help Pharmaceutical and Supplement Companies Build Their Brand through...
8 Std. · Bearbeitet ·

Expensive Supplements, Zero Benefits? What No One Tells You!

Did you know that many plant-based active ingredients are poorly ... mehr

How Micelles Revolutionize Bioavailability

Many plant-based active ingredients have extremely low bioavailability.

This means only a fraction of the compound is actually absorbed by the body.

→ The solution? Micelles!

SWIPE

Robert Gielow · 1 ·
1 Help Pharmaceutical and Supplement Companies Build Their Brand through...
1 Tag · Bearbeitet ·

I've run around the globe twice.

Tim Rühle lately described sports as his non-negotiable. During my last run in the Alps this made me think about how long I've been working out for (Thanks for the opportunity to reflect Tim).

I started running at the age of 6 and never looked back.

To this day I'm on a 33+ years (that's 400 months) running streak and accumulated more than 80,000 kilometers.

I'm convinced health isn't just valuable - it's everything.

Yet too many people only start caring for it when something goes wrong. By then, it's like trying to revive a dried-out plant with a last-minute splash of water.

But what if we took a different approach?

Think of your body as a garden. The goal isn't to fix it when it's failing but to keep it thriving all along. That means consistent care, not drastic measures.

Here's how you can nurture your health every day:

- Exercise – A short walk, a stretch, anything to keep energy flowing.
- Eat to fuel and nourish – Prioritize colorful, nutrient-rich foods.
- Recharge intentionally – Sleep, rest, and mental breaks are essential.

This isn't about extremes. It's about finding a good balance and feeling good every single day.

Small choices add up. It's like putting money into a bank account with good interest rates. They compound over time.

So, what's one small step you're committing to today?

Unser Vorgehen

COMMUNITY MANAGEMENT

Vernetzung und Interaktion sind ebenso wichtig wie der eigene Content. Daher ist es wichtig, seine Wettbewerber und seine Zielgruppe genau zu kennen und sich aktiv mit ihnen zu vernetzen und in Kontakt zu treten.

Ziel: Aufbau einer aktiven und engagierten Gemeinschaft, die sich mit deiner Marke oder deinem Thema identifiziert

Warum das Ganze?

- Sichtbarkeit & Reichweite
- Expertenstatus, Werte, Erfahrungen, Persönlichkeit ... zeigen
- Persönliche Weiterentwicklung und -bildung + Inspiration
- Möglichkeiten für Kooperationen
- Vertrauensaufbau
- Beziehungsaufbau
- Mitarbeitergewinnung

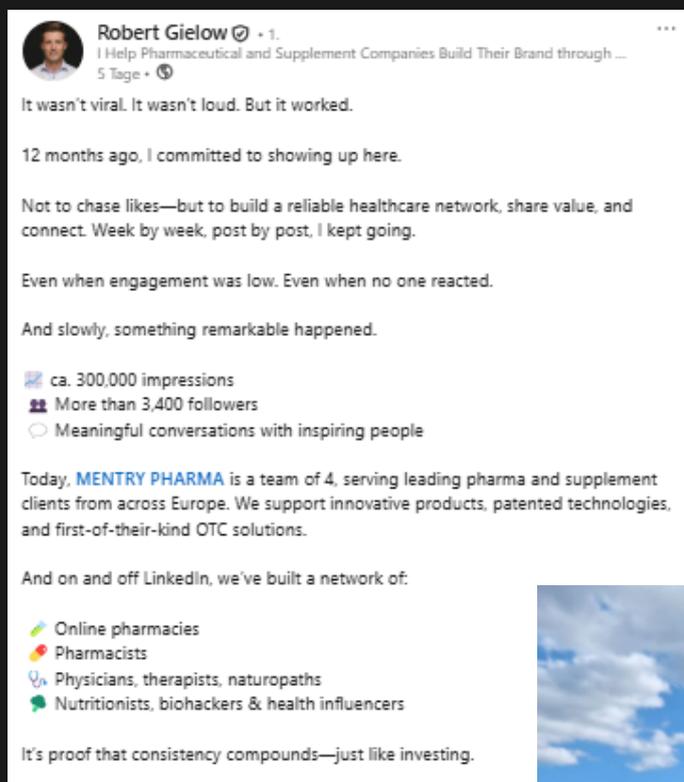
Hier gehen wir Step by Step durch, wie man die richtigen Menschen findet und sie kontaktiert, ohne aufdringlich zu sein.



Ergebnisse

NACH 1 JAHR

Innerhalb eines Jahres haben wir gemeinsam mit Robert eine Personal Brand aufgebaut, die nicht nur die passenden Mitarbeitenden, sondern auch kontinuierlich neue Kund:innen und weitere Geschäftspartner:innen für ein starkes Netzwerk anzieht.



Robert Gielow • 1.
I Help Pharmaceutical and Supplement Companies Build Their Brand through ...
5 Tage •

It wasn't viral. It wasn't loud. But it worked.

12 months ago, I committed to showing up here.

Not to chase likes—but to build a reliable healthcare network, share value, and connect. Week by week, post by post, I kept going.

Even when engagement was low. Even when no one reacted.

And slowly, something remarkable happened.

- ca. 300,000 impressions
- More than 3,400 followers
- Meaningful conversations with inspiring people

Today, **MENTRY PHARMA** is a team of 4, serving leading pharma and supplement clients from across Europe. We support innovative products, patented technologies, and first-of-their-kind OTC solutions.

And on and off LinkedIn, we've built a network of:

- Online pharmacies
- Pharmacists
- Physicians, therapists, naturopaths
- Nutritionists, biohackers & health influencers

It's proof that consistency compounds—just like investing.

It's proof that consistency compounds—just like investing.

You may not see the payoff right away, but it's working in the background.

Next week, I'm hosting a 1:1 interview marathon. One entire week I'll be sitting down with the people who move healthcare forward—innovators, practitioners, and pioneers.

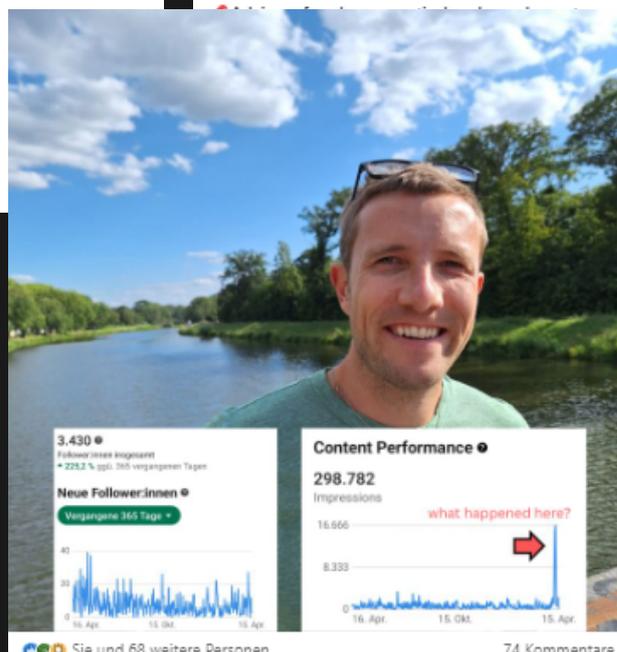
But I don't just want my shortlist. I want yours.

Who's someone in your network who inspires you? Who's building something meaningful in health or wellness that I should know?

Tag them below - let's give the voices shaping the future of our industry some room.

I'd love to meet them, learn from them, and maybe even feature them. You may even introduce yourself with a short pitch.

Entry into the German pharmacy markets



Feedback

DAS SAGT ROBERT



Persönliche und authentische Betreuung.

“Carina durfte ich als authentische und sympathische junge Frau kennenlernen, die es versteht auf meine persönlichen Bedürfnisse einzugehen und diese im Namen meiner Firma so zu formulieren, dass ich hiermit mein Zielpublikum effektiv erreiche.

Sie schafft es emotional wie auch fachlich versiert zu kommunizieren, wie ich es selbst nicht kann. Die Art und Weise wie sie mit ihren Kunden umgeht ist sensationell und ich fühle mich in ihren Händen sehr gut aufgehoben, weshalb wir nun bereits seit mehreren Monaten erfolgreich zusammenarbeiten.”



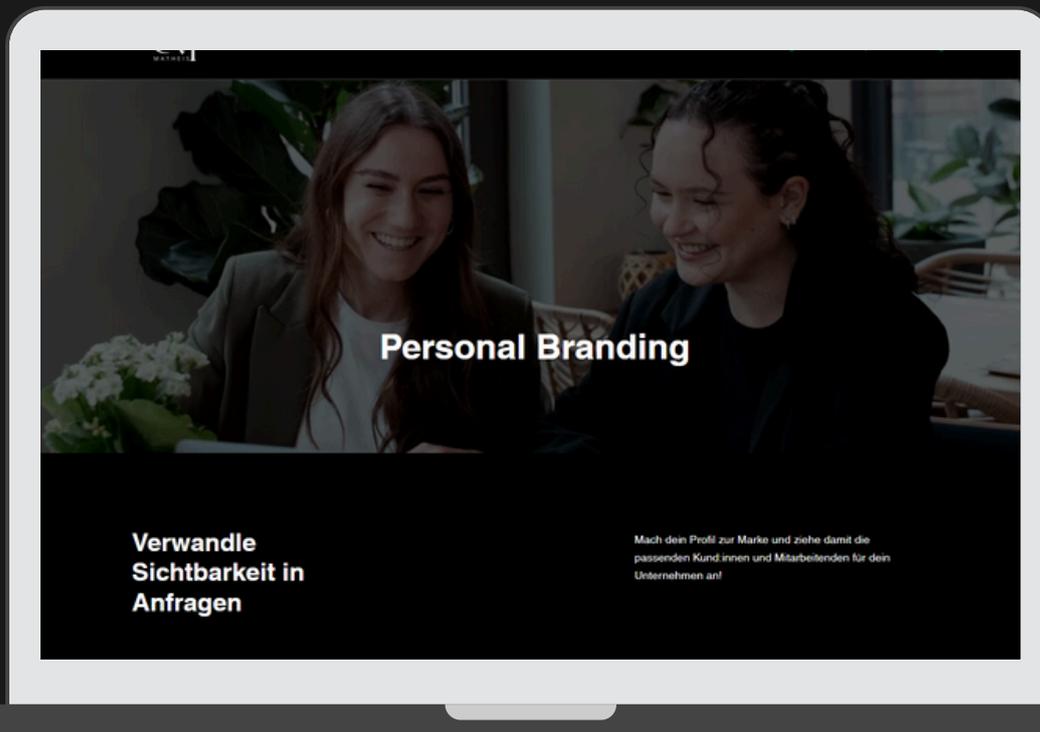
ROBERT GIELOW

CEO VON MENTRY PHARMA

Mehr Infos

MATHEIS MARKETING GMBH

Möchtest du ebenso deine Personal Brand aufbauen, um gezielt neue Kund:innen und Mitarbeitenden anzuziehen?
Wir freuen uns auf deine Nachricht!



Auf unserer Website findet ihr mehr Infos:
<https://www.matheismarketing.de/personal-branding>

Kontakt

MATHEIS MARKETING GMBH

Wir freuen uns, dich beim Aufbau deiner Personal Brand zu begleiten! Hast du noch Fragen?
Melde dich gerne!



Carina Matheis

Geschäftsführerin

cmatheis@matheismarketing.de

+49 176 4336 2119



Susan Dietrich

Social Media & Content Managerin

sdietrich@matheismarketing.de