

PRESSEINFORMATION

Jahrbuch Healthcare Marketing 2013 erschienen

Das Jahrbuch Healthcare Marketing 2013 stellt die wichtigen Trends in Healthcare-Marketing und -Kommunikation vor und zeigt anhand von Fallbeispielen erfolgreiche Strategien

Hamburg, 22. April 2013 – Zum siebten Mal erscheint das Jahrbuch Healthcare Marketing im Hamburger New Business Verlag. Dieses Nachschlagewerk greift alle Facetten der modernen Healthcare-Kommunikation auf.

Das Jahrbuch Healthcare Marketing 2013 stellt die wichtigen Trends in Healthcare-Marketing und -Kommunikation vor, beschreibt neue Entwicklungen im medialen Bereich und zeigt anhand von Fallbeispielen, wie erfolgreiche Healthcare-Kommunikation funktioniert.

Das Jahrbuch beleuchtet die aktuelle Marktsituation und zeigt, wie Unternehmen, Apotheken und Handel, Krankenkassen und Versicherungen, Ärzte sowie Krankenhäuser und Kliniken diese erfolgreich meistern. 54 Werbestrategen, Marktforscher und Marketing-Entscheider aus dem Healthcare-Sektor beschreiben auf 296 Seiten in Fachbeiträgen, ergänzt um zahlreiche farbige Abbildungen und Grafiken, die aktuellen Herausforderungen auf dem Gesundheitsmarkt. (Informationen zum Inhalt siehe Anlage.)

Das Jahrbuch Healthcare Marketing 2013 ist im Buchhandel und direkt beim New Business Verlag erhältlich.

Herausgeber: Peter Strahlendorf

Verlag: New Business Verlag GmbH & Co. KG, Nebendahlstr. 16, 22041 Hamburg

296 Seiten, vierfarbig, Preis 58,00 Euro, ISBN 978-3-936182-43-9

www.healthcaremarketing.eu/jahrbuch

Belegexemplar erbeten

Für Rückfragen stehen zur Verfügung:

Reiner Kepler
CR Healthcare Marketing und new business
Tel: + 49 40 609009-72
kepler@healthcaremarketing.eu

Anja Kruse-Anyaegbu
Produktmanagement
Tel: +49 40 609009-95
kruse@new-business.de

Informationen zum New Business Verlag

Im Hamburger New Business Verlag erscheinen zehn Fachzeitschriften, u.a. markenartikel (www.markenartikel-magazin.de), Public Marketing (www.publicmarketing.eu), CP Monitor (www.cp-monitor.de) und new business (www.new-business.de), sowie Jahrbücher und Reports zu Schwerpunktthemen aus der Medien- und Kommunikationswirtschaft.

Inhalt Jahrbuch Healthcare Marketing 2013

Einleitung

Prof. Dr. Ralph Tunder, EBS Business School: Der Gesundheitsmarkt verändert sich zu Health 2.0

Produkte + Distribution

IMS Health: Entwicklung des Pharma-Marktes 2012 • Bericht vom 3. Diskussionsforum „Market Access & Health Economics“ zu den Themen AMNOG, Preisverhandlungen und Mehrwertverträge • Chameleon Pharma Consulting: Analyse globaler Pharma- und OTC-Wachstumsmärkte • Case Studies: Grünenthal begreift den Schmerzpatienten als Partner / Santen: internationale Dachmarkenkampagne für Dry Eye / Pfizer: Informationskampagne gegen Arzneimittelfälschungen • Elephant Seven: Medizintechnik auf neuen Kommunikationswegen • GIM ermittelt die Chancen und Herausforderungen von Nahrungsergänzungsmittel-Kommunikation • Vivesco: Anschluss von Präsenzapotheken an das Online-Geschäft • Commlnform: Pharmafirmen auf dem Weg zu alternativen Wertschöpfungen

Gesundheitsdienstleister

MCG Medical Consulting Group: Warum sich Patientenmarketing lohnt • MSR Consulting: Die Konsolidierung bei den gesetzlichen Krankenversicherungen geht weiter • Allianz Private Krankenversicherungs-AG: Fachwissen online an den Vertrieb vermitteln • Klinikum Region Hannover: Marketing als Instrument des Change-Managements • Roland Berger Strategy Consultants und Deutscher Fundraising Verband e.V.: Fundraising als zusätzliche Finanzierungsquelle für Krankenhäuser • Stiftung Gesundheit: die neuen Anforderungen an die Ärzteschaft

Gesundheit in den Medien

MW Office: Wie effizient sind OTC-Kampagnen? • Axel Springer Media Impact: Pharma-Werbung in Zeiten des medialen Wandels • Aktuelle Auswertungen: OTC-Zielgruppen sind TV-affin • Studie zum E-Patienten: digitale Therapiebegleitung gewinnt an Bedeutung • Healthcare-Index für Social Media von Razorfish Healthcare • APOLLON Hochschule: Potenziale von Gesundheits-Apps • MBO Verlag über Krankenkassenkommunikation • Antwerpes AG analysiert die digitale Arztpraxis • Deutsche Apotheken Zeitung: Das Berufsbild des Apothekers in den Medien

Zielgruppen im Fokus

K&A BrandResearch: Patientenzentrierte Kommunikation im Rahmen der Patient Journey • Adelphi Germany: Was erwarten Ärzte von Fortbildungsveranstaltungen? • Trendscape, HfWU und Innch: Neue Erkenntnisse zum Gesundheitstourismus anhand qualitativer Grundlagenforschung

Gesundheitskommunikation

Selinka/Schmitz: Gesundheitskommunikation 2013 • CDM Munich: Market-Access-Kommunikation • Schmittgall Werbeagentur: Auswirkungen des Patientenrechtegesetzes und der 16. AMG-Novelle auf die Healthcare-Kommunikation • Schwarz & Bold: Bei der Planung einer Social-Media-Strategie die Maßstäbe klassischer Mediaplanung anlegen • Dorothea Küsters Life Science Communications: Gewinnung von Markenbotschaftern für die Fußpflege-marke Gehwol im Social Web • WEFRA Werbeagentur: mit Post Click Tracking Besucher gewinnen und konvertieren • PBL MILK: Ärzte, Praxen und Apotheken weiter entscheidende Empfehler im OTC-Markt • s&k Healthcare Communications: steigende Bereitschaft für digitale und mobile Fortbildungsprogramme bei Ärzten • Bird & Schulte über die Agentur 2020

Preisgekrönte Healthcare-Werbung

Kreativwettbewerbe für Healthcare-Kommunikation im Überblick

Ausgesuchte Kampagnen: Comprix 2012 / Best of Corporate Publishing 2012 / GWA Healthcare Award 2012 / Jahrbuch der Werbung 2013 / PR-Report Award 2012 / Deutscher PR-Preis 2012 / The Global Awards for Communication 2012 / Clio Healthcare 2012

Service und Porträts

- 23 Agentur- / 2 Corporate Publisher- / 4 Dienstleisterporträts
- Reports/Magazine/Nachschlagewerke
- Verbände/Institutionen/Organisationen
- Termine
- Stichwortregister