

MÄRKTE+UNTERNEHMEN

- 14 Titel: Wie Pharma Ärzte erobert**
- 20 - Außendienst-Leasing braucht Nische**
Wie Leihdienstleister sich auf den Markt einstellen
- 22 - Multi-Tasking ist gefragt**
Monika Beintner, Innovex, und Reto Flückiger, Pharmexx, über das neue Profil von Pharmaberatern
- 24 Auf Herz und Nieren geprüft**
Gastbeitrag von Harald Hüttl und Cornelia Tagariello, beide Medothic GmbH
- 26 Die Lizenz zum Kaufen**
Interview mit Dr. Hans Joachim Egly, UCB, und Dr. Thomas Högn, TH Consulting, über den Trend Licensing in der Pharmaindustrie
- 28 Banalisierung der OTC-Indikationen verhindern**
Gastbeitrag von Dr. Christiane Gern-Coprian und Martin Brohl, beide TNS-Gruppe, über Apotheken-Marketing
- 32 Großer Erfolg in kleinem Segment**
Delta Pronatura zum 75. Geburtstag

KOMMUNIKATION+AGENTUREN

- 34 Pre-Marketing strategisch spielen**
- 38 Schluss mit Schäfchen zählen**
Best Practice über die Markteinführung von Cicadin
- 40 Auf 0,018 Quadratmetern erfolgreich verkaufen**
Landor-Managing Director Felix Stöckle über die Packaging-Trends bei RX-Präparaten
- 44 Zahnärzte beißen zu**

MEDIEN+INTERNET

- 48 LA-Dent: Internet wird viertwichtigste Informationsquelle**

PORTRÄT

- 52 Kein Widerspruch zwischen Diakonie und Ökonomie**
Dr. Fokko ter Haseborg, Albertinen-Diakonie, im Porträt

RUBRIKEN

- 03 Editorial**
- 06 News**
- 54 Termine**
- 55 Vorschau/Impressum**



14 Titel: Schlüsselfaktor Außendienst

Der Award ‚Goldene Tablette‘ macht es deutlich: Der Außendienst ist das entscheidende Bindeglied zwischen Herstellern und Ärzten. Internettechniken können eine Ergänzung und Alternative sein.



34 Pre-Marketing strategisch spielen

Werbung vor der Zulassung eines neuen Arzneimittels ist nach dem Heilmittelwerbegesetz verboten. Doch damit der Abverkauf am Tag X nicht bei null anfängt, gilt es strategisch vorzugehen. PR-Agenturen können dabei die Rolle des Vermittlers übernehmen.



44 Zahnärzte beißen zu

Die Geschichte über den Opernsänger Paul Potts ist dank der Telekom-Werbung in aller Munde. Da sich Potts von seinem neuen Reichtum die Zähne richten ließ, steht sein Fall für einen neuen Trend in der Zahnmedizin. Zwei Kampagnen zeigen, wie Ärzte mit gezielter Werbung ihre Wartezimmer voll kriegen.