

HEALTHCARE-MARKT

- 08 **Innovation und Information erwünscht**
Auf der 11. Handelsblatt-Jahrestagung „Pharma 2006“ diskutierten Fachleute die Zukunft der Pharmaindustrie
- 10 **Markenbildung als Medizin für klamme Krankenhäuser**
Kommunikation wird für Kliniken überlebenswichtig
- 13 **Profilsuche im Klinikmarkt**
Innovative Versorgungsformen oder lokale Verwurzelung können Mittel für Profilierung sein
- 16 **Ungeahnte Nebenwirkungen der Vogelgrippe**
Wie unterlassene Kommunikation die Angst vor einer Pandemie stärkt

TITELTHEMA

- 18 **Seriös und keine Rentner-Bravo**
Mit insgesamt rund 50 Kundenmagazinen versuchen Apotheker ihre Kunden an sich zu binden – ein Marktüberblick
- 24 **Patienten werden zu Kunden – innovative Kundenbindung im Apothekenmarkt**
Mit dem Apothekenverbund Vivesco startet ein neues Konzept

MEDIEN

- 26 **Patientenmarketing im Fokus**
Direct to Consumer als Konkurrenz für Pharmavertreter
- 31 **Well, fit und gesund – wie die Zeitschrift, so die Media-Analyse**
Vital und Men's Health

PORTRÄT

- 32 **Die Grenzen zwischen Pharma und Konsumgütern auflösen**
Elmar Sperling, Geschäftsführer der Werbeagentur switch life brands, über OTC-Werbung

RUBRIKEN

- 03 Editorial
- 06 News
- 34 Service
- 35 Vorschau/Impressum



Foto: www.pixelquelle.de

16 Krisen-Kommunikation

Gastbeitrag von Jochen Stemmler, fischerAppelt



18 Mehrwert in der Apotheke

Verkaufsförderung durch Zugabe von Kundenmagazinen

In eigener Sache

Reiner Kepler hat wie geplant mit der hier vorliegenden Ausgabe die Chefredaktion von „new business Healthcare Marketing“ übernommen. Er bleibt weiterhin Ressortleiter Agenturen von „new business Marketing-report“. Damit wird gewährleistet, dass das Know-how von new business im Bereich Kommunikation und Marketing auf den vielschichtigen Healthcare-Markt übertragen wird. Weitere Mitglieder der Redaktion von new business Healthcare Marketing sind Ulrike Maris (CvD) und Uwe Käckenhoff.