

HEALTHCARE-MARKT

- 10 **Comprix 2006**
Der Preis für Healthcare-Communication hat Zulauf wie nie - kritische Stimmen bleiben
- 12 **Klinik-Werbung mit drastischen Vorher-Nachher-Motiven ist passé**
Kliniken tun sich schwer mit der eigenen Vermarktung
- 16 **OTC im Supermarkt**
Wie Discounter und Drogerien im Wachstumsmarkt Gesundheit mitmischen

TITELTHEMA

- 20 **Dialog ohne Außendienst**
Dialogmarketing bietet nicht nur Kostenvorteile gegenüber den Pharmareferenten
- 24 **Rent a Referent**
Personaldienstleister für Pharmareferenten etablieren sich
- 25 **„Die Spezialisierung wird sicher zunehmen“**
Interview mit Katrin Wenzler, Marvecs
- 28 **Der Arzt im Netz**
Internetportale bieten zahlreiche Möglichkeiten in der Arztkommunikation

MEDIEN

- 30 **Das liest der Arzt**
Fachzeitschriften sind Spitzenreiter als Informationsquelle für den Arzt
- 35 **Top-Ärzte in „Bild“**
Boulevardzeitung punktet mit Gesundheitsserie

PORTRÄT

- 36 **„Ich war schon immer ein wettkampf-orientierter Typ“**
Michael Moormann, Geschäftsführer der Martini-Klinik, entwickelt ein neues Krankenhausmarketing

RUBRIKEN

- 03 Editorial
- 06 News
- 38 Service
- 39 Vorschau/Impressum



16 Gesundheit im Supermarkt

Mass-Market-Käufer geben 11,10 Euro für OTC-Produkte aus.



24 Marktchancen durch Mietfirmen

Im vergangenen Jahr waren 18 Prozent aller Pharmareferenten und -vertreter bei Personaldienstleistern angestellt.



28 Ärzteportale

Das Internet wird auch für Ärzte eine immer wichtigere Informationsquelle.