

## INHALT

### HEALTHCARE-MARKT

- 10 Wachstum macht neues Büro möglich  
Euro RSCG Life expandiert nach Düsseldorf
- 12 Patienten werden zu Mitentscheidern  
Patient Empowerment ist politisch gewollt
- 14 Gesetzliche und private Versicherer streiten  
für eine gesunde Zukunft

### TITELTHEMA

- 18 Die Generation der Mitte  
Best Ager als wichtigste Käufer von OTC-Produkten werden  
von der Werbung ins Visier genommen
- 23 Die silberne Revolution  
Gastbeitrag von Achim Feige, Brand:Trust
- 25 Finanzstark, konsumfreudig, qualitätsbewusst  
Wie Wellness- und Reiseanbieter ältere Zielgruppen erreichen

### MEDIEN

- 28 Bewährte Titel für die jungen Alten  
Geldanlagen und Wohnungseinrichtungen – wie man die  
reifen Verbraucher mit gehobenem Einkommen erreicht
- 31 „Volle Kanne“ auf die Zielgruppe  
Mit dem Zweiten zu den Master Consumern
- 32 Gesundheit passt immer  
Healthcare-Themen in der Tagespresse

### PORTRÄT

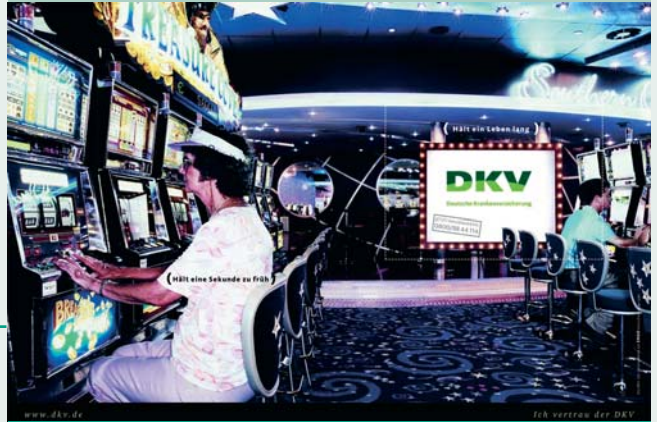
- 36 Mit Beständigkeit ans Ziel  
Joachim Kuna will die Kreation der Agentur Trio-  
Healthforce ausbauen, um unter die Top 3 der Pharma-  
agenturen zu gelangen. Der erste Schritt ist getan.

### RUBRIKEN

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

In eigener Sache: Ab sofort können Sie uns über die  
Internetseite [www.healthcaremarketing.eu](http://www.healthcaremarketing.eu) kontaktieren

Dieser Ausgabe ist eine Beilage der Werbeagentur  
New Performance beigelegt. Wir bitten um Beachtung.



## 14 Krankenversicherer streiten für eine gesunde Zukunft

Private Krankenversicherungen wehren sich  
mit einer Kampagne gegen die drohende  
Gesundenschumpfung



## 23 Die silberne Revolution

Zukunftsforscher Achim Feige über sieben  
Erscheinungsformen einer gesellschaftlichen  
Transformation



## 32 Gesundheit passt immer

Mit regionalen Service-Seiten oder über-  
regionalen Wellness-Supplements werben  
Tageszeitungen um Anzeigenkunden