

HEALTHCARE-MARKT

- 12 Erste Schritte zur Filialisierung**
Der Apothekenmarkt besteht längst nicht mehr nur aus Einzelkämpfern
- 14 Wachstumsbranche Gesundheit**
Europas größte Apothekerfachmesse steht wieder im Zeichen der Gesundheitsreform
- 16 Expopharm als Branchen-Barometer**
Interview mit Gregor Ulrich, Geschäftsführer der Werbe- und Vertiebsgesellschaft Deutscher Apotheker
- 17 Desolate Baustelle Gesundheitsfonds**
- 20 Ärzten in den Kopf geschaut**
Die Unternehmensberatung Noheto! befragte Ärzte, wie sie ihre Entscheidung bei Arzneimitteln treffen

TITELTHEMA

- 22 Zahlen sind geduldig**
Zehn Titel können bei der LA-MED API-Studie Reichweitengewinne verzeichnen, fünf haben verloren
- 26 „Wir befinden uns in einem harten Verdrängungswettbewerb“**
Interview mit Stephan Kröck, Anzeigenleiter des Springer Medizin Verlags

MEDIEN

- 28 PR contra Werbung**
- 30 Abbott Diabetes Care ändert Werbestrategie**
- 32 OTC-Mediaplanung im Wandel**
Fachansprache wird wichtiger

PORTRÄT

- 36 „Eine gute Mischung im Apothekenmarkt“**
Klaus G. Brauer, Geschäftsführer des Deutschen Apotheker Verlags, führt ständige Marktbeobachtung durch

RUBRIKEN

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

Bitte beachten Sie: Dieser Ausgabe ist eine Beilage der Euroforum Deutschland GmbH beigelegt



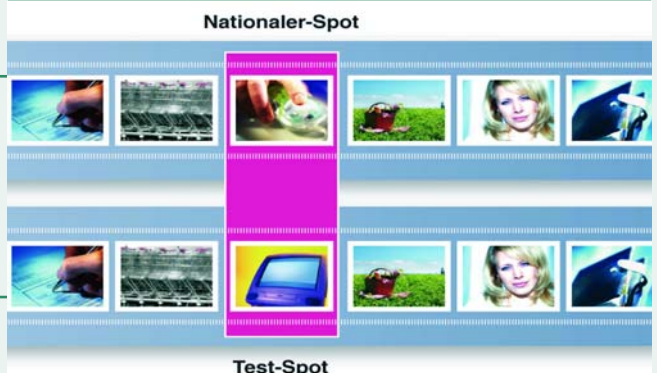
17 Streit auf dem sinkenden Schiff

Klaus H. Richter, stellv. Vorsitzender der Barmer, und Uwe Laue, Generalbevollmächtigter der Debeka, zum geplanten Gesundheitsfonds



28 PR im Fernsehen

Das Heilmittelwerbegesetz lässt den PR-Agenturen Freiraum – vor allem im TV



30 Marktforschung

Mit TV-Spots, die nur in Bremen gezeigt werden, testet das Marktforschungsunternehmen Bonsai Deutschland Werbespots und ihre abverkaufsfördernde Wirkung in Apotheken. Gastbeitrag von Timm Harder