

### HEALTHCARE-MARKT

- 10 **Einzelkämpfer Zahnarzt ade**  
Zahnärzte als Franchisenehmer – eine Lösung für die finanziell bedrängten Mediziner
- 12 **Klinik-Marketing basiert auf Arztbindung**  
Die Endo-Klinik Hamburg GmbH ist Vorreiter auf dem Gebiet der Arztbindung

### TITELTHEMA

- 17 **Auch Männer brauchen Pflege**  
Das Männerpflegesegment ist der stärkste Wachstumsmarkt in der Kosmetikbranche
- 20 **Kraftvoll und aktiv**  
Männer wollen Leistung zeigen und sich ihr Wohlbefinden erarbeiten
- 24 **„Mit Leib und Seele Mann“**  
Interview mit Franziska Theobald, Director Communications bei Pfizer

### MEDIEN

- 25 **Das Internet als Verlängerungsmedium**  
Sehr langsam entdeckt die Pharmaindustrie das Internet als Werbeträger
- 26 **OTC-Hersteller setzen auf das Heimkino**  
Einige Hersteller steigern ihr TV-Werbeaufkommen um bis zu 300 Prozent
- 30 **„TV ist ein unschlagbares Medium“**  
Interview mit Florian Ruckert, Geschäftsleiter Marketing bei IP Deutschland
- 31 **„Demos und die Macht der Bilder“**  
Peter Majer, Geschäftsführer Stada GmbH, setzt auf TV-Werbung, ohne auf Print zu verzichten

### PORTRÄT

- 36 **Von der Diätmargarine zur Produktfamilie**  
Seit den 60-er Jahren steht die Unilever-Marke Becel für Cholesterinbewusstsein

### RUBRIKEN

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

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



## 14 Vom Leitbild bis zur Bandenwerbung im Eissportstadion

Das Klinikum Bremerhaven baut sein Marketingkonzept in mehreren Stufen aus und setzt damit neue Maßstäbe



## 22 Viagra & Co. machen Lust auf Kommunikation

Hersteller von Potenzmitteln wollen mit Aufklärungskampagnen den illegalen Vertrieb über das Internet eindämmen



## 32 Fernsehwerbung im Wartezimmer

Rechtlich nicht eindeutig geklärt: OTC-Reklame im Wartezimmer-Fernsehen. Für die Anbieter gilt diese Werbung nur noch als Nebengeschäft, wichtiger dagegen ist die Eigenwerbung der Ärzte