

HEALTHCARE-MARKT

- 08 **Es wird eng: Verschärfter Konkurrenz-kampf auf dem Pharma-Markt**
Das Jahr 2006 aus Sicht der Agenturen
- 14 **Golden Globe und Global Awards**
Die Gewinner bei den New York Festivals
- 16 **Vernetzte Werber**
Das GWA-Forum Healthcare-Kommunikation gewinnt neue Mitglieder

TITELTHEMA

- 18 **Jungbrunnen überbietet pure Eitelkeit**
Der Wellness-Markt boomt
- 20 **Eigenverantwortung statt Vollkasko**
Interview mit Lutz Hertel, Vostandsvorsitzender des Deutschen Wellness Verbandes e.V.
- 21 **Wellness ist nicht gleich Wellness**
Gesellschaftsforscher Dr. Christian Duncker über Bio-Produkte und Functional Food

MEDIEN

- 23 **50 Jahre „Apotheken Umschau“**
Gesundheitsmagazin erreicht 17,7 Mio. Leser
- 24 **„Am Puls der Zeit, aber nicht trendy“**
Interview mit Hartmut Becker, Herausgeber der Magazine des Wort & Bild Verlages
- 26 **Neue Wege in der Pharma-Kommunikation**
OTC, DTC, RX – wie kommt die Botschaft an?
- 28 **Was Frauen wirklich wollen**
Gesundheitsmanagerinnen der Familie

PORTRÄT

- 32 **„Wellness würde gut zu uns passen“**
Unterweger und Partner setzt auf Emotionen

RUBRIKEN

- 03 Editorial
- 06 News
- 34 Impressum
- 34 Vorschau



14 Global Awards in New York

Die Gewinner des größten internationalen Wettbewerbs für die beste Healthcare-Kommunikation.



18 Starkes Körperbewusstsein

Die Hälfte aller Deutschen würden monatlich 25 Euro für Wellness ausgeben.



28 Gesundheitsmanagerin der Familie

Mütter und in Partnerschaft lebende Frauen sind eine wichtige Zielgruppe für die Healthcare-Kommunikation.