

HEALTHCARE-MARKT

- 10 Kooperationen schärfen ihre Profile
Vorbereitung auf Apothekenketten in vollem Gang
- 12 Das Messekarussell dreht sich
Branchen-Treffpunkte für Pharmazeuten
- 14 Agenturen im Aufbruch
- 20 Medical Wellness ist kein Schlagwort
Ein Gütesiegel soll vor Verwässerung schützen

TITELTHEMA

- 24 Mehr Sein als Schein
- 26 Schönheit kennt kein Alter
Der ‚Beauty Guide 2006‘ von Bauer Media beschreibt Frauen ab 50
- 28 Diabetes als Chance begreifen
Zuckerkrankte werden von der Industrie umworben

MEDIEN

- 30 Die letzte klassische Lesegeneration
- 34 „Kein wöchentliches Programmie hat mehr Gesundheit als wir“
Interview mit Tim Purkayastha, Anzeigenleiter ‚auf einen Blick‘, Bauer Media
- 36 Noch vitaler
Schönheitskur und Kampagne für ‚Vital‘ aus dem Jahreszeiten Verlag
- 38 Spartensender für breite Zielgruppe
Deutsches Gesundheitsfernsehen geht on air

PORTRÄT

- 40 Eine Markenvision wie ein Soul-Song
Wolfgang Gilde hat Brandvision aufgebaut, eine Unit der 100-köpfigen Agentur Juwi MacMillan

RUBRIKEN

- 03 Editorial
- 06 News
- 42 Service
- 43 Vorschau/Impressum

Bitte beachten Sie: Dieser Ausgabe ist eine Beilage von made marketing beigelegt



14 Agenturen im Aufbruch

PBK Ideenreich, Grey Healthcare und Drafftcb Healthcare haben ein gutes Jahr 2006 hingelegt – so soll's weitergehen



24 Mehr Sein als Schein

Gastbeitrag: Ulf Heuer von Heuer & Sachse/Senioragency schreibt darüber, was Best Ager wirklich wollen



30 Die letzte klassische Lesegeneration

Leserblattbindung hält bei Best Ager besonders lang – das ergibt eine Umfrage unter Verlagen