

HEALTHCARE-MARKT

- 12 Kein Mainstream aber viel Mut
- 15 Patientenorientierung holt auf
Hauptstadtkongress 2007: Wie sieht erfolgreiches Krankenhaus-Marketing aus?
- 20 Zwischen Badesalz und Wimperntusche
Drogerieketten stehen in den Startlöchern zum Drug Store

TITELTHEMA

- 24 Wo laufen sie denn, die Pharma-Radiospots?
Gastbeitrag von Niels von Haken, MDR Werbung
- 26 Allheilmittel Women's Weeklies
- 30 Der OTC-Zielgruppe auf der Spur
Alles über Best Ager und ihren Bedarf an Gesundheitslektüre
- 33 Erste qualitative Studie der Women's Weeklies
Die Bauer Verlagsgruppe erforscht Lektüremotive ihrer Leserinnen

MEDIEN

- 36 LA-MED 2007
Außenseiter auf der Überholspur
- 38 Zeitschrift zum Arztbesuch
Der Wort & Bild Verlag launcht neuen Titel
- 40 Der unaufhaltsame Aufstieg
Wer liest was? Die PTA-Zeitschriften im Vergleich
- 43 Web 2.0 – Neue Dienste halten Einzug auf Gesundheitswebsites

PORTRÄT

- 48 Vom Lageristen zum Apotheker
Wie Markus Willems und Rudolf Wagner als Gründer der Fa. Rowa den Apothekern die Lauferei ersparen

RUBRIKEN

- 03 Editorial
- 06 News
- 50 Service
- 51 Vorschau/Impressum



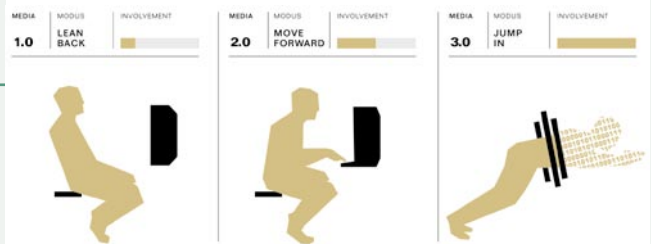
12 Kein Mainstream aber viel Mut

In der Männerdomäne Werbung schafft es Angela Liedler (Foto links), binnen weniger Jahre eine Agentur mit fast 70 Mitarbeitern aufzubauen.



26 Allheilmittel Women's Weeklies

Die Frauentitel von Bauer, Burda und Springer verbuchen konstant hohe Anzeigenumsätze mit OTC-Produkten. Eine Umfrage unter Herstellern nennt Gründe dafür.



43 Web 2.0 – Neue Dienste halten Einzug auf Gesundheitswebsites

Gesundheit gehört zu den Top-Themen im Internet. Web 2.0-Applikationen bieten sich gerade in diesem Bereich an. Pharma-Unternehmen stehen vor besonderen Herausforderungen aufgrund der gesetzlichen Auflagen. Zwei Experten-Einschätzungen.