

### HEALTHCARE-MARKT

- 10 Verkaufsförderndes Flimmern  
Apotheken-TV als neue Form des PoS-Marketings
- 12 Drogeriemärkte: Gift für Apotheker  
Rezepteinlösung in dm-Märkten
- 16 Die goldenen Award-Gewinne  
Die Gewinner der 13. New York Festivals
- 17 Streit um gesünderen Wettbewerb  
Die 11. Handelsblatt Jahrestagung Health
- 18 Reader's Digest misst europäisches  
Gesundheitsbewusstsein  
Monitoring für Pharma-Unternehmen

### TITELTHEMA

- 23 Ein Buch mit sieben Siegeln  
Unsichere Zukunft für Unternehmen
- 30 Apotheker als „Schutzengel“ des Patienten  
Interview mit Birgit Fischer, stellvertretende  
Vorsitzende der Barmer Ersatzkasse
- 32 Die Meinungen gehen auseinander  
Umfrage bei Pharma-Agenturen über direkte  
Kundenansprache und das Image der Pharmaindustrie
- 34 Die neue Rolle der Gesundheits-PR  
Wie PR-Agenturen neu kommunizieren müssen
- 36 Kundenbindung mit Apothekenzeitschriften  
Verlage blicken zuversichtlich in die Zukunft

### MEDIEN

- 43 „Healthy Living“ verträgt mehr Meinung“  
Interview mit Chefredakteur Walter Dreher
- 44 Sehnsucht nach Life-Work-Balance  
Wellness als Zeitschriftensegment verwässert
- 46 ‚Medical Tribune‘ für's breite Publikum  
Fundierter medizinischer Lesestoff in der ‚Süd-  
deutschen Zeitung‘

### PORTRÄT

- 48 Immer mehr Pharmakunden in ‚Prisma‘  
2006 buchten erstmals z. B. Kwai forte und Spalt  
mobil das TV-Supplement

### RUBRIKEN

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



## 14 Direktmarketing via Apotheken

Gastbeitrag von Carola M. Wernet, Agentur Pepper: Flyer in der Apotheke und Mailings an Endverbraucher sollen Umsatzrückgänge von Herstellern und Apothekern stoppen



## 20 Vernetzung ist alles

Serviceplan Vital-Chef Hubert Sichler will die herkömmliche Pharmawerbung mit Public Relations und Online aufwerten. Umsatzziel: + 25 Prozent



## 38 Markterweiterung oder Verdrängung?

Das neue PTA Magazin aus dem neu gegründeten Springer Gesundheits- und Pharmazie-Verlag sorgt für Aufruhr in der Branche