

HEALTHCARE-MARKT

- 12 **Gesund daddeln**
Wie neue Games die Gesundheit fördern
- 14 **Pharma schaltet Radio ein**
- 16 **Neuer Verbund für Augenärzte**
Best Practice: Kölner Augenärzte starten Initiative
- 18 **Ein ungleiches Duo**
Ulrich van Gemmern und Irene Haas ergänzen sich so gut, das sie Haas & Health Partner vergrößern

TITELTHEMA

- 20 **Comprix 2008**
- 24 **"Wir vermissen niemanden"**
Interview mit Rüdiger Sprunkel, Deutscher Ärzteverlag
- 28 **Orientierung und Gütesiegel**
Umfrage unter Kunden
- 28 **"Mehrwert durch kanalneutrale Strategie"**
Interview mit Jürgen Reinisch, Publicis Health
- 32 **Lockerung des Werbeverbots für verschreibungspflichtige Arzneimittel?**
Gastbeitrag von Rechtsanwalt Dr. Lars Kröner

MEDIEN

- 34 **Pharma-Werbung setzt auf TV**
Werbeinvestitionen für OTC-Produkte gewinnen deutlich an Fahrt
- 36 **Markenbildung für emotionalen TV-Auftritt**
Interview mit Florian Ruckert, IP Deutschland
- 38 **Medizinverlage: Angebote werden multimedial**
- 42 **Patientenmagazine sind seltener Lesestoff**
Corporate Publisher tun sich schwer im Nischenmarkt der Klinikmagazine

PORTRÄT

- 36 **Ein Reformers setzt auf Tradition**
Christian Buse, Geschäftsführer mycare und neuer Vorsitzender beim BVDVA, im Gespräch

RUBRIKEN

- 03 Editorial
- 06 News
- 46 Service
- 47 Vorschau/Impressum



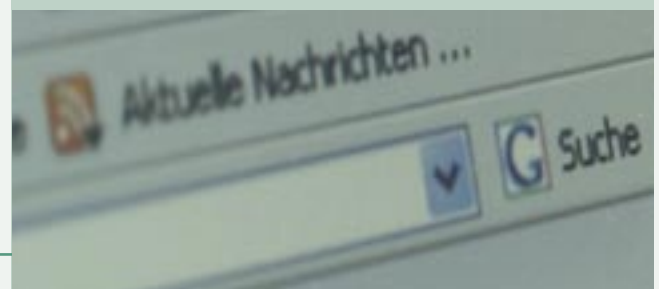
14 Radio: Pharma im Fokus

Um zu belegen, dass Radiowerbung auch bei Arzneimitteln wirkt, analysiert der Hamburger Radio Marketing Service (RMS) regionale Pharma-Kampagnen.



20 Comprix 2008

Die Wahl von Ogilvy Healthworld zur ‚Healthcare-Kreativ-Agentur des Jahres‘ wirft die Frage auf, welche Agentur nächstes Jahr diese Auszeichnung erhält. Da Schmittgall trotz sechs Awards nicht in den Olymp kam, müsste sie eigentlich 2009 an die Reihe kommen.



38 Medizinverlage: Angebote werden multimedial

Fachverlage setzen auf neue Erlösquellen im Internet. Pharma-Kunden nehmen die elektronischen Angebote wie eDetailing, Podcast und Web TV bisher kaum wahr. Mit Ausnahme von Online-Fortbildungen, die zum Boom-Markt avancieren.