

### HEALTHCARE-MARKT

- 12 Verpackungen, die auf den Kopf zielen  
Limbic-Studie soll Marketing voranbringen
- 13 OTC-Werbung muss emotionaler werden  
Interview mit Dr. Hans-Georg Häusel,  
Gruppe Nymphenburg Consult AG
- 16 CME immer wieder auf dem Prüfstand  
Speziell die beliebten Online-Aktionen  
sind unter Druck
- 20 Korruption oder zulässige Kooperation?  
Gastbeitrag von Dr. Ulrich Steffen, Fachanwalt
- 22 Zurück zu den Graswurzeln  
Grassroots-Lobbying wird in Deutschland en vogue
- 26 Der Druck nimmt zu
- 28 War for Talents  
Gastbeitrag von Alexander Heise, Hays AG

### TITELTHEMA

- 30 Pharma flirtet mit Plakat
- 36 Plakate an der richtigen Stelle  
Gastbeitrag von Jaroslav Zajicek, Ströer Media

### MEDIEN

- 38 Fachzeitschrift bleibt wichtigstes Medium  
Alle Ergebnisse der LA-Med API-Studie 2008
- 46 Täglicher Kampf um Women's Weeklies  
,Woche heute' sucht ihren Platz in einem  
vollen Segment

### PORTRÄT

- 48 „Erdung“ im Familien- und Freundeskreis

### RUBRIKEN

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

Bitte beachten Sie: Dieser Ausgabe ist eine Beilage der Management Circle AG beigefügt.



## 26 Der Druck nimmt zu

Hersteller von Produkten gegen Venenleiden müssen sich neu positionieren. Ziel ist es, für die Produktlinien eine starke Markenheimat aufzubauen.



## 30 Pharma flirtet mit Plakat

Die Out-of-Home-Branche räumt auf mit alten Klischees: Galt es früher als Schwäche des Plakats, sich kurz fassen zu müssen, bietet heute das Internet als ergänzendes Medium weiterführende Informationen an. Der Trend geht zu neuen Response-Technologien aus dem Mobile-Marketing.



## 48 „Erdung“ im Familien- und Freundeskreis

Dr. Doris Pfeiffer ist seit dem 1. Juli 2008 Chefin des GKV-Spitzenverbandes. In ihrer Position sieht sie die Möglichkeit, das Gesundheitswesen mitzugestalten. Sie wirkt zurückhaltend, doch versteht sie es, ihre Positionen klar durchzusetzen.