

HEALTHCARE-MARKT

- 12 **Pharma entdeckt Marktforschung**
Messebericht von der ‚2. Research & Results‘
- 14 **‚Research & Results‘ 2007**
Andreas Möller berichtet über die Messe
- 15 **Functional Food bleibt vor der Tür**
Apotheker skeptisch gegenüber Functional Food
- 18 **OTC- und Internet-Marketing trifft Nerv der Zeit**
- 20 **Pharmakommunikation braucht Innovationen!**
Ein Beitrag von Carsten Thierbach, Change Communication
- 22 **Schlaganfall-Prävention**
Best Practice vom Fachbereich Gesundheit, Kreis Wesel

TITELTHEMA

- 24 **Nach der Reform ist vor der Reform**
Stimmen von Marktteilnehmern über GKV-WSG
- 28 **Zu viel gesund ist ungesund**
Zeitschriften setzen auf einen Mix aus Themen
- 32 **Aufgalopp bei PTA-Titeln**
PTAs werden als Meinungsbildner immer wichtiger
- 34 **Der Mix macht's**
Beitrag von Kerstin Lavasani, Initiative Media
- 38 **Best Practice von Schmittgall**
Ausgezeichnete Kampagnen sind Ländersache

MEDIEN

- 40 **Per Klinik- und Ärzte-Lotsen durch den Datenschungel**
- 43 **ZIBBmed: Suchmaschine für Ärzte, Apotheker und Patienten**
Interview mit Karl-Heinz Patzer, Reed Business Information GmbH, München
- 44 **Silver Surfer im Visier**
Ein Statusbericht über Websites für Über-50-Jährige
- 46 **Blogs – unerkannte Chance oder Gefahr im Verzug?**
Beitrag von Peter Jungblut-Wischmann, Juwi MacMillan

PORTRÄT

- 48 **Von den Amerikanern lernen**

RUBRIKEN

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



18 OTC- und Internet-Marketing trifft Nerv der Zeit

Richtig gutes Geschäft macht die Wiesbadener Agentur Just Nice Business z.B. mit Boehringer-Marken, Siemens & Co und Chugai. Nicht nur der Umsatz mit Werbung wächst, sondern auch die Zahl der zur JNB-Gruppe gehörenden Firmen

In drei Schritten zum passenden Krankenhaus.



40 Per Klinik- und Ärzte-Lotsen durch den Klinikdschungel

Die Qualitätsberichte für Krankenhäuser haben Ranglisten ermöglicht. Ranking-Portale im Internet sprießen aus dem Boden, wollen Transparenz schaffen und ziehen das Geld von Investoren an



48 Von den Amerikanern lernen

Cornelia Groehl, neue Chefin der Johnson & Johnson-Tochter Ethicon, will Verbraucher und Politiker mehr über Medizintechnik informieren