

MÄRKTE+UNTERNEHMEN

- 14 Markteintritt muss eine Punktlandung sein**
Was Marktforscher raten für den erfolgreichen Launch
- 18 Marktforschung online – Achtung ansteckend!**
Gastbeitrag von Dirk Weller und Holger Geißler, YouGovPsychonomics
- 20 Orakeln Sie noch oder wissen Sie schon?**
Gastbeitrag von Joachim Scholz-Ligma und Ibrahim Köse, Produkt + Markt
- 22 Warten auf DocMorris**
Klassische und Versand-Apotheken wehren sich nicht gegen geplante Kampagne der Celesio-Tochter
- 26 „Formal sind alle Privatpatienten“**
Über die Strategie des Mammazentrums in Hamburg
- 28 Neuer Trend mHealth kommt**
Micro-Trends im Bereich ‚Mobile Solutions‘

KOMMUNIKATION+AGENTUREN

- 30 Titel: PR soll Launches besser machen**
- 36 ‚Launch Excellence‘ heute**
Gastbeitrag von Dr. Simone Christiane Seiter, IMS Health
- 38 Grey Healthcare überall**
Kölner Agentur mit Etats aus Genf und Filiale in Berlin
- 40 Wachstumssprung dank Amis**
new performance verkauft sich an US-Agentur CDM und verdoppelt fast den Umsatz
- 42 Rabattverträge als strategische Option nutzen**
- 46 Die fetten Jahre sind vorbei**
Gastbeitrag von Lothar Guske, Aliud Pharma
- 48 Compliance fördern – aber wie?**
Gastbeitrag von Michael Menning, CommInform

MEDIEN+INTERNET

- 50 Women’s Weeklies setzen verstärkt auf Gesundheit**
‚Tina‘ und Co. wehren sich gegen Billigheimer

PORTRÄT

- 52 Firmengründung auf dem Airport**

RUBRIKEN

- 03 Editorial**
- 06 News**
- 54 Termine**
- 55 Vorschau/Impressum**



30 Titel: Pharma unter Druck – PR soll Launches besser machen

Seitdem die Politik die Kosten-Nutzen-Schraube weiter anzieht, hat Market Access für die Kommunikation eine noch größere Relevanz erhalten. Peter Marx, Market Access-Leiter bei Pfizer, macht deutlich, warum ein Umdenken des tradierten Geschäftsmodells erforderlich ist.



42 Rabattverträge als strategische Option nutzen

Die Rabattverträge haben den Arzneimittelmarkt komplett verändert. Sie stellen im Pharma-Marketing eine neue strategische Option dar, nicht nur für Generika, sondern auch für patentgeschützte Präparate. Neue Kooperationsmodelle liegen im Trend.



52 Firmengründung auf dem Airport

Gute Ideen entstehen meistens, ohne in dem Moment daran zu denken. So war es auch bei Dr. Kristian Glagau (Foto), der einen unerwarteten Anruf auf dem Münchner Flughafen erhielt. Im Gespräch mit seinem Freund entstand die Idee für die Gründung von Orthomol.