



## 28 Titel: Schwein gehabt?

Von der Impfmüdigkeit zur Impfangst. Warum sich nur so wenige Menschen impfen ließen, und wer alles von der Hysterie um die Neue Grippe profitierte. Zudem: Die wichtigsten PR-Regeln in der Krise.

## NEWS

- 6 Info-Verhalten von Onkologie-Ärzten
- 9 ‚Pharmatest‘ kommt seinem Start näher
- 11 TUI setzt auf Schönheitsreisen

## MÄRKTE+UNTERNEHMEN

- 12 Ohne Qualifikation kein Durchkommen  
Callcenter: Professionals über die Folgen neuer Gesetze, gedeihliches Neugeschäft und die Ausbildung ihrer Telefon-Agenten
- 16 Umsätze hinken Meinung hinterher  
Pflanzliche Arzneimittel genießen hohes Vertrauen, im Markt steckt noch viel Potenzial
- 18 Bio am Wendepunkt  
Öko-Fachhandelsmarken müssen sich stärker profilieren
- 20 Krankenkassen avancieren zum Point of Sale  
Rabattverträge bestimmen anstelle von Marketing den Generika-Markt

- 23 Flirt mit dem Drogeriemarkt  
OTC-Hersteller überprüfen apothekenexklusiven Vertrieb und denken über ‚Aufweichung‘ nach
- 26 Print lebt!  
Micro-Trends beschreiben das Zukunftsbild der Publishing-Industrie

## KOMMUNIKATION+AGENTUREN

- 28 Titel: Schwein gehabt?  
Warum das Thema Impfen unter dem H1N1-Wahn gelitten hat und welche PR-Regeln in der Krise wichtig sind
- 32 ... bis ans Patentende  
Pharmafirmen entwickeln Strategien, wie sie ihre Produkte ganzheitlich markttauglich machen
- 36 Kleine Krieger ganz groß  
Best Practice: Die Agentur Isgro entwickelt für Shire Deutschland um das Thema ADHS eine integrierte Kampagne
- 38 „Wissen ist Macht“  
Best Practice: Abbot Diabetes Care beauftragt Ogilvy MedEd-Consult mit dem Launch eines neuen Blutzucker-Messgerätes



## 32 ... bis ans Patentende

Pharmaunternehmen verstärken ihre Market Access-Abteilungen und erteilen PR-Agenturen neue Aufgaben. Zum Beispiel auszukundschaften, welche Daten für die Zulassung, Erstattung und Kooperationen ausschlaggebend sind.



## 42 Grauzone auf legalen Beinen

Ab April 2010 dürfen Werbetreibende in Deutschland erstmals offiziell ihre Marken zu werblichen Zwecken in redaktionelle TV- und Kinoformate integrieren. Wer über Product Placement nachdenkt, sollte sich frühzeitig um das Thema kümmern.

## MEDIEN+INTERNET

### 42 Grauzone auf legalen Beinen

Ab 1. April ist das Product Placement für Marken-Hersteller in redaktionellen TV- und Kinoformaten erlaubt

## PORTRÄT

### 44 Netz und doppelter Boden

Dieter Trautmann, Chef von Company 4 Marketing Services, zieht 15 Jahre nach Firmengründung eine Bilanz

## RUBRIKEN

03 Editorial

46 Termine

47 Vorschau/Impressum

