



22 Titel: Verspieltes Vertrauen

Für viele GKV-Versicherte kam der Zusatzbeitrag völlig unvorbereitet, sie kündigten zuhauf ihre Mitgliedschaft. Schuld an der Abwanderung sei die mangelhafte Informationspolitik der Krankenkassen gewesen, sagen Experten.

Wie die Kassen das Vertrauen zurückgewinnen wollen und warum sich ihre Wettbewerber schon die Sporen geben, lesen Sie ab Seite 22.

NEWS

- 6 Agentur ‚glow‘ kommt mit großem Bayer-Etat aus der Deckung
- 7 Kartellamt verhängt Geldbußen gegen Brillen-Hersteller
- 8 Unilever poliert Image bei Zahnärzten
- 9 Ex-Danone-Manager launchen ‚Frohnatur‘
- 10 Lesezirkel bietet Beilagenplatzierung in Arztpraxen an
- 11 Elternmagazin ‚haut & allergie‘ erhöht Auflage

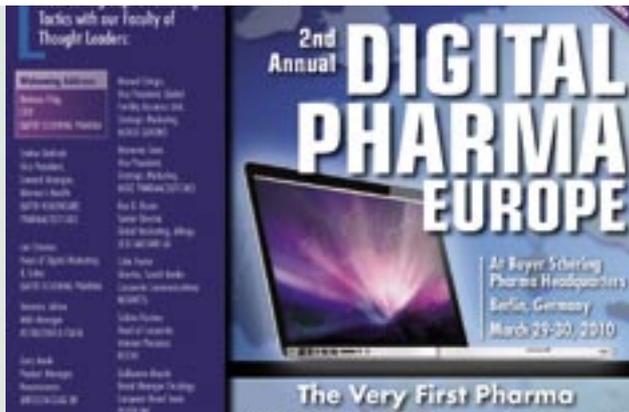
MÄRKTE+UNTERNEHMEN

- 12 **David gegen Goliath**
Die Neugründung Delifirst, ein Webshop für eiweißarme Lebensmittel, macht der Danone-Tochter SHS Konkurrenz
- 14 **Zwischen Küche und Apotheke**
Die EU lässt Lebensmittelunternehmen weiterhin im Unklaren über die neue Health-Claims-Verordnung

- 16 **Budnikowski flirtet mit Arzneien**
Die Hamburger Drogeriekette Iwan Budnikowsky will das Konzept der Budni-Partner-Apotheke langsam voranbringen
- 18 **Felix startet durch**
Der Bonbon-Hersteller Dr. C. Soldan erweitert seine Marke ‚Kinder Em-eukal‘ um eine neue Produktkategorie
- 20 **Modern Mums**
Micro-Trends belegen ein enormes Marktpotenzial für die Zielgruppe Schwangere

KOMMUNIKATION+AGENTUREN

- 22 **Titel: Verspieltes Vertrauen**
Der Zusatzbeitrag wird zum Kommunikationsproblem für die gesetzlichen Krankenkassen
- 27 **Marketing als Teil der Produktidee**
Werbepapst Amir Kassaei über die drei wichtigsten Trends, die derzeit Einfluss auf die Healthcare-Industrie nehmen
- 28 **Texte in der Pharmakommunikation**
Marc Esser und Stefan Lang sagen, worauf es bei Texten in der Pharmakommunikation ankommt



34 Pharma im Social Media-Fieber

Bayer Schering-Chef Andreas Fibig blickt mit Entdeckerfreude auf die Möglichkeiten von Web 2.0. Im Interview lässt er durchblicken, dass Pharmaunternehmen noch ganz am Anfang der Entwicklung stehen.



40 Dreiklang aus Versorgung, Forschung und Lehre

Wirtschaftlichkeit und Qualität sind für den Klinikleiter des UKE, Jörg F. Debatin, keine Gegensätze. „Dort, wo wir medizinisch gut sind, verdienen wir Geld“, lautet sein Credo.

32 Catch22 für Generikaanbieter?

Best Practice: Gams & Schrage Healthcare stellt die Relaunchkampagne für neurax-pharm Arzneimittel vor

MEDIEN+INTERNET

34 Pharma im Social Media-Fieber

Bayer Schering-Chef Andreas Fibig über die Chancen von Web 2.0

36 Der neue Wirkstoff im Kommunikations-Mix

Die neuen Dialog-Formen im Internet revolutionieren den Gesundheitsmarkt. Ein Beitrag von Thorsten Gropp

38 Kommunikation aus einer Hand

Die Bauer Media KG hat ein neues Angebot im Markt etabliert, das sowohl Endverbraucher als auch Fachkreise anspricht

Bauer-Verlag: Käufer und Empfehler von OTC-Produkten zielgruppengerecht ansprechen

PORTRÄT

40 Dreiklang aus Versorgung, Forschung und Lehre

UKE-Chef Jörg F. Debatin schafft den Turnaround des Uniklinikums in Hamburg

RUBRIKEN

03 Editorial

42 Termine

43 Vorschau/Impressum

