



38 Die Fachzeitschrift zeigt Flagge

Wenn es um Nützlich für den Ärzte-Berufsalltag geht, nimmt laut LA-Med die API-Presse unter den Informationsquellen wieder den Spitzenplatz ein. Die Ärztefachzeitschriften halten ihre Auflagen und Reichweiten stabil. Die Studie zeigt auch: Viele Ärzte stehen dem Internet noch skeptisch gegenüber.

TITELTHEMA

- 38 LA-Med API: Die Fachzeitschrift zeigt Flagge**
Dem Online-Boom zum Trotz bleiben Auflagen und Reichweiten der Print-Titel stabil

NEWS

- 6 Adelphi-Mafo kommt nach Deutschland**
- 8 AOK und Bertelsmann starten Arztsuchportal**
- 9 Medical Consulting Group mit neuem Chef**
- 10 Hemopharm setzt auf Unterweger**

MÄRKTE+UNTERNEHMEN

- 12 Sehr heterogene Zielgruppe**
Für die Ansprache der Zielgruppe Best Ager gelten spezielle Kriterien
- 16 „Ein Perspektivwechsel kann Wunder bewirken!“**
Interview mit Branding-Spezialistin Prof. Uli Mayer-Johannsen, MetaDesign, über Best Ager

- 20 Richtungswechsel in der Arzneimitteltherapie**
Die Anbieter von integrierten Versorgungslösungen erhoffen sich vom AMNOG neue Impulse
- 22 AMNOG – Hürde oder Chance?**
Ulrich van Gemmern, Haas & Health-Chef, hält neue Market Access-Strategien für unabdingbar
- 24 Der Weg zur europäischen OTC-Marke in einem Tag?**
Wie der Switch vom Rx- zum verschreibungsfreien Produkt gelingt
- 28 Pflaster und Co. erobern neue Märkte**
Micro-Trends: Standardprodukte bekommen neue Einsatz und Vermarktungschancen

KOMMUNIKATION+AGENTUREN

- 30 Tue Gutes und rede darüber ...**
Sportsponsoring der Pharmaindustrie greift um sich. Das meiste Geld aber fließt in soziale Projekte
- 32 Kein Stallgeruch**
Fuhrmann & Schütz PR ist nach zehn Jahren immer noch klein – aber groß genug für Marktführer



12

Eine bunte Zielgruppe

Obwohl die Generation 50plus immer größer wird, fällt es der Pharmaindustrie schwer, diesen heterogenen Markt isoliert zu fassen. Ehrlich, nachhaltig, glaubwürdig sind die entscheidenden Kriterien bei Produktaussagen.

35 TBWA trumpft auf

OTC-Werber aus Network mischen sich mit Rx-orientierter Inhaber-Agentur

36 Motor für Umsatz und Kundenservice

Best Practice: intertel dialog stellt sein Know-how am Beispiel dreier Kunden dar

MEDIEN+INTERNET

38 LA-Med API-Studie: Die Fachzeitschrift zeigt Flagge

Auflagen und Reichweiten bleiben stabil

47 „Die klassische Leseranalyse hat Schwächen“

Die FaktenSchmied GmbH präsentiert ihren Studienansatz ‚Kontakte‘

50 Zwölf Uhr mittags

Zenithmedia über die Rolle der Fachzeitschrift bei Investitionsentscheidungen

52 Wer A sagt, muss auch O sagen

Der A&O Verlag will das Thema Gesundheit in Anzeigen- und Wochenblättern etablieren

54 vigo: vielfältig, variabel, vernetzt

Best Practice: Die wdv-Gruppe über ihre Zusammenarbeit mit der AOK Rheinland/Hamburg

PORTRÄT

56 Strategische Partnerschaften

Die Geschäftsführerin von Quintiles, Monika Beintner, will mit neuem, gebündeltem Angebot das Pharmageschäft forcieren

RUBRIKEN

03 Editorial

58 Termine

59 Vorschau/Impressum



Paris



London



New York

Egelsbach

**Na, geschmunzelt?
Wir verkaufen Emotionen.**

**NEUROKOMMUNIKATION
UNSER SPEZIALGEBIET.**



m\$M

MiM – MEDinMOTION GmbH
Agentur für Marketing in der Medizin

Hans-Fleissner-Str. 80 · 63329 Egelsbach
Tel 06103-300 24 - 0 · Fax 06103-300 24 - 29