



**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**

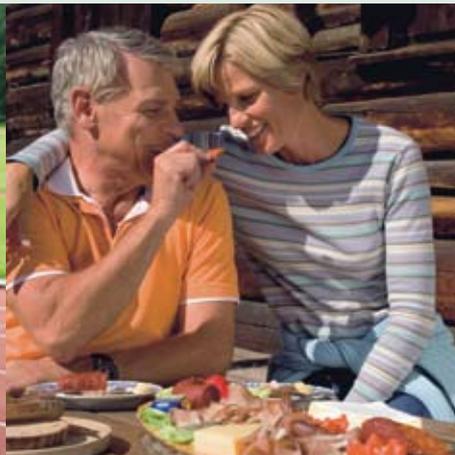
**MÄRKTE+UNTERNEHMEN**

- 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