



## 12 Was bringt das AMNOG?

Eine Umfrage von ‚Healthcare Marketing‘ zeigt, wie sich das Marketing für Industrie, Kassen, Ärzte und Apotheker ändern wird. Entstanden ist ein Bild, das einen Einblick in die Interessenkonflikte der Branche liefert – vom vfa und GKV-Spitzenverband über den BPI bis hin zu Prof. Gerd Glaeske von der Universität Bremen.

## TITELTHEMA

### 12 Was bringt das AMNOG?

Umfrage von ‚Healthcare Marketing‘ zeigt, was Marktteilnehmer vom Gesetz erwarten

## NEWS

6 med2click erfolgreich gestartet

7 Serviceplan Vital knackt 3-Millionen-Grenze

8 Praenobis mit Prävention für Privatpatienten

9 ‚Premium‘-Callcenter-Gruppe mit neuem Chef

10 Pohl-Boskamp geht gegen ‚Schleimer‘ vor

11 Neue Kampagne und Studie zur Organspende

## MÄRKTE+UNTERNEHMEN

### 12 Was bringt das AMNOG?

Eine Umfrage von ‚Healthcare Marketing‘ zeigt, was Marktteilnehmer von der neuen Gesundheitsreform erwarten

### 18 Viele Faktoren bewirken Wandel

Neue Nachfrageformen und Kooperationen beflügeln den Gesundheitstourismus

### 21 Verwurzelt in der Kräuterheilkunde

Bad Heilbrunner, Anbieter von Arznei- und Gesundheitstees, will ins Premiumsegment

### 24 Spielerisch Mehrwert schaffen

Ein Gastbeitrag von der Online-Agentur Spirit Link über Games for Health

### 26 Meine Krankheit, meine Therapie!

TrendOne über den Paradigmenwechsel von ‚Gesundheit aus der Gießkanne‘ hin zu maßgeschneiderter Medizin

## KOMMUNIKATION +AGENTUREN

### 28 Patienten im Visier

Dialogmarketing-Anbieter nehmen sich der Therapietreue der Patienten an

### 31 Wachstumsmarkt Compliance

Interview mit Dr. Anita Frankenberger, Walter Services, über Therapie-Verbesserungen



**28 Patienten im Visier**

Während sich Dialogmarketing bisher primär am Ziel der Verkaufsförderung orientierte, rückt zunehmend die Therapietreue der Patienten in den Mittelpunkt.

**46 „Angst vor der Straße“**

Den Vertriebsweg Apotheke hat die ‚Apotheken Umschau‘ fest im Griff. Daher weichen New-comer auf neue Plätze wie Arztpraxen, Kliniken und Schwimmbäder aus.

**33 Immer und überall präsent**

Rundum-Ansprache dank Social Media

**34 Outbound-Telefonie – Quo vadis?**

Ein Gastbeitrag der Unternehmensberatung Lüdke + Döbele

**36 Compliance steht ganz oben**

Die Agentur Med in Motion will mit möglichst homogener Kommunikation Compliance verbessern

**40 In der Zukunft angekommen**

s&k setzt auf Online-Fortbildungen, um mit wenig Marketinggeld Ärzte von neuen Behandlungsmöglichkeiten zu überzeugen

**44 Senna – Mythos und Wahrheit**

Die Agentur Bird & Schulte beschreibt in einem Best Practice die neue Midro Tee-Kommunikation

**MEDIEN+INTERNET**

**46 „Angst vor der Straße“**

Neue kostenlose Magazine scheuen direkten Angriff auf ‚Apotheken Umschau‘ und weichen auf Vertriebswege außerhalb der Apotheken aus

**50 Freie Hand für DocMorris-Apotheken**

Thomas von Künsberg Sarre erläutert im Interview, wie die Markenpartner-Apotheken in Tageszeitungen werben

**PORTRÄT**

**52 Zwischen Medizin und Marketing**

Regina Paetel kam über Umwege zum Pharma-Marketing und ist heute Healthcare-Chefin von BBDO, Deutschlands größter Agenturgruppe

**RUBRIKEN**

03 Editorial

54 Termine

55 Vorschau/Impressum