



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