



12 Blase aus dem Takt

Das Marketing für Inkontinenzprodukte modernisiert sich. Mit Produkten, die den Alltag von Betroffenen deutlich erleichtern, treten Hersteller wie SCA und GSK selbstbewusster am Markt auf. Doch noch immer wird das Thema tabuisiert.

Vor allem Männer scheuen sich, ihre Erkrankung beim Arzt offen anzusprechen. Das zeigt eine Studie des Europäischen Forums für Männergesundheit.

TITELTHEMA

- 12 Blase aus dem Takt**
Das Marketing für Inkontinenzprodukte durchbricht ein Tabu

NEWS

- 6 Wärmecreme Finalgon kommt wieder**
7 Vertrauen in Pharmafirmen fast verdoppelt
9 McFit plant Kioskmagazin
10 Saatchi & Saatchi goes Germany
11 Natreen wird relauncht

MÄRKTE+UNTERNEHMEN

- 12 Blase aus dem Takt**
Hersteller für Inkontinenzprodukte machen sich an die Zielgruppe Mann
18 Bessere Medizin für weniger Geld
Integrierte Versorgungsverträge haben Konjunktur

- 22 Miele will Marktführerschaft bei Reinigung und Desinfektion**
Medizintechnik-Branche wächst durch das Nutzen von Einsparpotenzialen

- 24 Spielwiese für schwarze Schafe?**
Rechtsanwalt Dr. Lars Kröner über die Auswirkungen der novellierten Packungsgrößenverordnung

- 27 Fortschritt aus dem Reagenzglas**
Micro-Trends aus der Bio-Technologie zeigen vielversprechende Zukunftsoptionen

KOMMUNIKATION+AGENTUREN

- 28 Vom Bettenfrust zur Bettenlust**
Callcenter wollen in den Wettbewerb um Krankenhauspatienten einsteigen

- 32 Altbekannte Namen unter neuem Markendach**
Interview mit Albert Klotz, Chef der Callcenter-Gruppe Premium Communications

- 34 Überall offene Ohren suchen**
Neben digitalen Kanälen wird das AMNOG zum mehr oder weniger großen Einflussfaktor für die Kommunikation



34 Überall offene Ohren suchen

Pharmawerbeagenturen beschreiben, wie der digitale Wandel und das AMNOG auf die Kommunikation Einfluss nehmen.



Wir vermitteln Emotionen.

38 Vertane Chance Packaging

Gastbeitrag von Uwe Lebok, K&A Brand-Research, und Jürgen Bihler, Pro Carton

■ Porträt

52 Orthomolisten brennen
Gesche Hugger, die Tochter des verstorbenen Firmengründers, hat das Zepter bei Orthomol übernommen

■ MEDIEN+INTERNET

42 Multitalente mit Millionen-Auflage

TV-Zeitschriften scheuen den Vergleich mit dem TV nicht

■ RUBRIKEN

03 Editorial

54 Termine

55 Vorschau/
Impressum

48 Content is king. Das war gestern.

Jörg Künkel von KünkelLopka verrät im Interview seine Tricks für eine gut gemachte Fachzeitschrift

50 Ein vertriebsstarkes Doppel

Bernd Stieber, Zieltraffic, über das optimale Zusammenspiel von Adwords und Landingpages

NEUROKOMMUNIKATION
UNSER SPEZIALGEBIET.



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