



20 Dialogmarketing hoch im Kurs

Für viele Kliniken ist die wirtschaftliche Situation prekär. So urteilt Dieter Dahlhoff. Der Professor an der Universität Kassel hat eine Studie zum Dialogmarketing durchgeführt und herausgefunden, dass Marketing als Managementaufgabe noch nicht sehr verbreitet ist. Zudem müssten die verschiedenen Zielgruppen definiert und anschließend zum Beispiel mit Briefen, Veranstaltungen und Internet angesprochen werden.

TITELTHEMA

20 Dialogmarketing hoch im Kurs

Eine Studie der Uni Kassel zeigt: Kliniken setzen in punkto Marketing auf Print und Online

NEWS

6 GSK zieht nach Hamburg

6 ‚Aponet.de‘ greift Umschau an

9 UKE-Chef Prof. Debatin geht ins Labor

9 FAZ-Institut thematisiert Gesundheit

10 Lilly wählt die Agentur Zündung

11 Markus Pinger von Beiersdorf zu Celesio

MÄRKTE+UNTERNEHMEN

12 Technik für das Leben

Das Lübecker Drägerwerk im Porträt

13 Systemlösungen als Erfolgsrezept

Dräger-Chefin Dr. Carla Kriwet im Interview

16 „Im Westen sind wir provokativer“

CEO Reinhard Bauer, Daiichi Sankyo Europe, im Gespräch mit ‚Healthcare Marketing‘ nach der Erdbebenkatastrophe in Japan

19 Connected Health Agents

Mobile Diagnose-Geräte auf dem Vormarsch

KOMMUNIKATION+AGENTUREN

20 Dialogmarketing hoch im Kurs

Die Universität Kassel stellt die Ergebnisse ihrer Dialogmarketing-Studie vor

22 Erst Brief, dann Dialogmix professionalisieren

Prof. Dr. H. Dieter Dalhoff, Uni Kassel, sagt, wie Kliniken ihr Marketing verbessern könnten

24 Im Zweifel für die Frauenquote

Vertriebschefinnen fordern mehr Frauen in Führungspositionen, wenn es sein muss, per Beschluss

30 Die MedTech-Branche im Zeitalter Social Media

Carolyn Weber fasst die Ergebnisse des BVMed-Kommunikationskongresses 2011 zusammen



16 „Im Westen sind wir provokativer“

Reinhard Bauer, CEO Daiichi Sankyo Europe, beschreibt im Interview, wie das Unternehmen nach der Erdbebenkatastrophe in Japan gehandelt hat.

24 Im Zweifel für die Frauenquote

Vertriebschefinnen berichten über ihre Erfahrungen in der Pharmabranche und warum sie heute für eine Quote sind, zumindest vorübergehend.

34 Kein Konzept ohne Online

WEFRA Media baut das Endverbrauchergeschäft aus und holt Klaus-Ulrich Schmidt von MWO

35 Spezielle Präparate aus Tabubereich

Fünf Fragen an WEFRA-Chef Matthias Haack

MEDIEN+INTERNET

36 Klein aber oho

Die aktuelle MAIS-Studie bestätigt erneut die Werbewirkung von Arztinformationssystemen

39 „Setzen schon mal einen Stachel“

Die ‚Deutsche Apotheker Zeitung‘ feierte ihren 150. Geburtstag in Berlin

42 BCP-Kongress 2011 „Content matters“

Gesundheit gehört zur festen Größe des BCP-Awards, Crossmedia und Nachhaltigkeit liegen im Trend

Porträt

44 Der Pille immer treu geblieben

Dagmar Schorn bringt ihr Know-how beim Aufbau der Gynäkologie-Sparte von Gedeon Richter ein

RUBRIKEN

03 Editorial

46 Termine

47 Vorschau/Impressum



Im Porträt: Dagmar Schorn, Gedeon Richter Seite 44