



46 Lesen Sie noch, oder handeln Sie schon?

Wenn es um die aktuelle LA-Med API-Studie geht, führt kein Weg an der in diesem Jahr erstmals untersuchten Aktivierungsleistung der medizinischen Fachmedien vorbei. Die Ergebnisse belegen einmal mehr: Print wirkt!

Doch die Reichweiten der Ärzte-Publikationen haben im Vergleich zum Vorjahr abgenommen, besonders die Zeitungsformate haben an Leserschaft eingebüßt.

TITELTHEMA

46 Erst lesen, dann handeln

Die Ergebnisse der LA-Med API-Studie 2011

NEWS

6 Auch Ersatzkassen starten Arztportal

8 Zweitmeinungsportal gerät in die Kritik

9 Pfizer sucht Post-Patent-Strategie

12 Wort & Bild holt Philipp Graf Montgelas

MÄRKTE+UNTERNEHMEN

13 Ein reifer Markt

Über Chancen im Best Ager-Markt

18 Gar nicht frei von Wettbewerb

Die Marke ‚frei‘ bekennt sich zum Vertriebsweg Apotheke – der Trend geht woandershin

20 „Für diesen Moment arbeiten wir“

Ludwin Monz, Chef der Carl Zeiss Meditec AG, im Interview über Produkte und Märkte

24 Bewährtes gegen Magenprobleme

IMS Health-Sprecherin Dr. Gisela Maag mit einer Analyse über den Markt der Ulkustherapeutika

26 In aller Munde

Die neuen Funktionen von Zahnpasta sind nicht nur ein Werbegag

KOMMUNIKATION+AGENTUREN

28 Neu entbrannte Schärfe

Wie die Gesetzlichen Krankenkassen um das Vertrauen ihrer Kunden buhlen

32 Vom Produkt zum Versorgungskonzept

Die Vendus Group übernimmt HGC Hildebrandt GesundheitsConsult, Hamburg

34 Relaunch von Kopf bis Fuß

Roger Legien, Marketing- und Vertriebsleiter bei Dr. Kade, erläutert den Marken-Relaunch



52 „Die Historie der Titel kennen“

Mediaplaner Frank Schubert von Boehringer Ingelheim, zuständig für OTC, sagt im Interview, was er von Agenturen erwartet.

54 Unsoziale Pharmaindustrie

Pharmafirmen gehen online, aber nicht in Netzwerke – das zeigt eine Studie der Agenturen Carehaus und CPO sowie von ‚Healthcare Marketing‘.

38 Siemens nutzt Brustkrebs-Symbol

Die Agentur Spirit Link Medical entwickelt für Siemens Healthcare eine internationale Digital-Kampagne

40 Kontraproduktive Sensibilisierung

Dirk Hermanns, Noir sur Blanc, kritisiert weiche Symbolik bei Brustkrebskampagnen

42 Das „Ehec-Krankenhaus“

UKE-Sprecherin Christine Jähn über erfolgreiche Krisenkommunikation

44 Die Cloud-Marke

Dr. Andreas Bachmeier, wbpr, stellt das Konzept der zielgruppenspezifischen Einzelmarken vor

MEDIEN+INTERNET

46 Erst lesen, dann handeln

Die Ergebnisse der LA-Med API-Studie 2011 liegen vor

52 „Die Historie der Titel kennen“

Mediaplaner Frank Schubert von Boehringer Ingelheim über gutes Teamwork mit Agenturen

54 Unsoziale Pharmaindustrie

Studie Web 2.0: Warum Unternehmen Social Media noch scheuen

57 Die jungen Alten nehmen Kurs auf

Neue Netzwerke im On- und Offline-Bereich für Senioren gehen an den Start

Porträt

60 Patienten in den Mittelpunkt stellen

Ein praktizierender Arzt ist Dr. Jens Härtel nicht geworden – heute setzt er sich bei arvato für die Gesundheit von Patienten ein

RUBRIKEN

03 Editorial

62 Termine

63 Vorschau/Impressum

Dieser ‚Healthcare Marketing‘-Ausgabe liegt der Flyer vom 8. Effizienztag 2011 bei. Wir bitten um Beachtung.