



12 Fluch und Segen

Das AMNOG fordert mit Boehringer und Novartis seine ersten Opfer. Die Unternehmen geben sich aber nicht zerknirscht, sondern wollen konstruktiv mit den politischen Entscheidungsgremien arbeiten. AstraZeneca macht seinen Weg als erster Prüfling der frühen Nutzenbewertung und hofft dabei auf positive Imagepunkte aufgrund seines (nützlichen) neuen Arzneimittels.

Geht alles gut, wird AMNOG zum Segen. Nimmt aber ein Präparat die Hürde nicht, drohen Dumpingpreis und Vermarktungsstopp – der Fluch von AMNOG.

■ TITELTHEMA

12 Fluch und Segen

AMNOG fordert mit Boehringer und Novartis erste Opfer. Wie gut AstraZeneca durchkommt, zeigt sich erst noch

■ NEWS

- 6 Nettdoktor mit Marketingchef von Microsoft
- 8 BAH plant neue Kampagnen ab 2012
- 9 Welt-Aids-Hilfe erzeugt Aufmerksamkeit
- 10 Sandoz: Pioniertaten bei Spezialprodukten

■ MÄRKTE+UNTERNEHMEN

12 Fluch und Segen

AMNOG fordert erste Opfer. Und AstraZeneca?

16 Was bringt die OTC-Erstattung?

IMS-Experten beurteilen die Wiedereinführung der OTC-Erstattung für den Arzneimittelmarkt

19 Micro-Trends: Süßer Fortschritt

Innovationen bei Blutzuckermessgeräten

20 Wenn die ‚heile Welt‘ zusammenbricht

Im Diabetes-Markt wird der Patient zum Entscheider. Das stellt die Firmen vor Herausforderungen

24 Dermatologie trifft Kosmetik

Dr. med. Christine Schrammek hat sich eine Nische im Kosmetikmarkt erobert

■ KOMMUNIKATION+AGENTUREN

26 Freizügige Präsentation von OTC

Mit PoS-Konzepten analog zum Consumer Marketing machen sich Apotheken fit – P&G hilft

28 Mit den Strüngmanns im Geschäft

Die Agentur switch life brands rüstet ihre Internet expertise auf und gestaltet TV-Werbung für Steiner, eine Firma im Besitz der Hexal-Gründer

30 Goodbye Kittelkarte!

Merz Pharmaceuticals beauftragt Bird & Schulte mit der Entwicklung einer Fortbildungs-App



26 Freizügige Präsentation von OTC

PoS-Konzepte analog zum Einzelhandel kurbeln den OTC-Umsatz in Apotheken an – zeigt das Beispiel Wick

40 Wettlauf der Gesundheitsportale

Fast jeder Zweite sucht im Netz nach Gesundheitsinformationen. Das schürt den Wettbewerb unter den Betreibern.

32 Raus aus der Nische

Klinik-Kommunikation gewinnt an Bedeutung – warum, erklärt Angela Lehnert von we care

MEDIEN+INTERNET

34 Gesundheits-Serien kommen ins Rollen

Tageszeitungen wollen mit Supplements den regionalen Healthcare-Markt bedienen

40 Wettlauf der Gesundheitsportale

Gesundheitsportale wachsen rasant, doch Vermarkter haben es enorm schwer

43 Soll Werbung für Rx verboten bleiben?

Die Streitfrage des Monats beantworten Professor Mühlhauser und Rechtsanwalt Dr. Fiedler

44 Verlinkt mit Patienten

Arzneimittelhersteller wie Bayer und UCB bauen Patientenportale zu Compliance-Programmen aus

46 Effizientes Marketing im Internet

Mit Webanalysen mehr Geld verdienen, darüber schreibt Christian Bennefeld von etracker

Porträt

48 Klinikchefin auf der Pirsch

Sibylle Stauch-Eckmann will die von ihr geleitete Endo-Klinik, Hamburg, zum Septischen Zentrum machen

RUBRIKEN

03 Editorial

50 Termine

51 Vorschau/Impressum



Sibylle Stauch-Eckmann,
Endo-Klinik