



## 12 Ärzte sagen: Arznei-Angebot wird transparenter

In einer Kooperation zwischen Maritz Research und ‚Healthcare Marketing‘ wurde im Dezember eine Befragung niedergelassener Fachärzte über die Auswirkungen des AMNOGs durchgeführt. Ein Ergebnis ist, dass Entscheidungen über Präparate für Ärzte künftig erleichtert werden.

Auf Industrieseite erläutert Thomas Milz (Strategy & Market Access) von UCB Pharma, was das Gesetz für die Ärzte verändert.

## TITELTHEMA

- 12 **Arzneiangebot wird transparenter**  
Ärzte-Befragung über AMNOG

## NEWS

- 6 Abnehmen auf Schwedisch
- 7 Sector 5 geht mit Neukunden ins Jubiläum
- 8 Maik Pommer spricht für das BfArM
- 9 App zum Onkel Doctor
- 10 ‚Umschau‘-Angreifer ‚Praxis Pur‘ gescheitert
- 10 Preisvergleichsportale sind rechtens
- 11 Weleda hübscht sich auf

## MÄRKTE+UNTERNEHMEN

- 12 **Arzneiangebot wird transparenter**  
Ärzte-Befragung über AMNOG

- 16 **Neue Markenauftritte von Versandapotheken**  
DocMorris strebt internationales Konzept an und reduziert Werbung. Wettbewerber starten TV-Werbung
- 20 **Pharma-Markenwelten**  
Beispiele für Markenführung von Bayer bis Orthomol; Interviews mit Thomas Lauscher, Rottapharm/Madaus, und der Agentur BrandPepper
- 28 **Die Evolution von Essen und Trinken**  
Kauf von Nahrungsmitteln wird immer stärker emotional funktionalisiert

## KOMMUNIKATION+AGENTUREN

- 30 **Innovationen auf dem Tablet serviert**  
AstraZeneca bestückt 500 Außendienstler mit dem iPad
- 34 **Die Seele streicheln**  
Gastbeitrag von Prof. Gerhard F. Riegl über arzt-spezifisches Marketing
- 36 **Führungs-Quartett soll's richten**  
McCann kauft die umsatzstarke Inhaberagentur JNB. Bislang war das Network in puncto Pharma relativ schwach



**30 Innovationen auf'm Tablet serviert**

AstraZeneca bestückt den Großteil seines Außendienstes mit dem iPad. Die neue Technik wird sich laut Experten mittelfristig zum Standard im Vertrieb entwickeln.

**58 Launischer OTC-Markt**

Das Verwenderpotenzial bei der Selbstmedikation ist riesig. Trotz steigender Werbeausgaben der Hersteller bleiben die Umsätze insgesamt hinter den Erwartungen.

**40 Lüders cares**

Die Neugründung Lüders CC hat sich auf Care Communications spezialisiert

**42 Aufgestockt auf sechs Etagen**

WEFRA will auch 2011 wachsen

**46 Spiegel der Gesellschaft**

Der Blick in die Küchen bringt einige Probleme zutage

**50 Spitzenverband holt zum Gegenschlag aus**

Ernährungsindustrie will ihr angekratztes Image aufpolieren

**52 Alles Öko oder was?**

Die Agentur Eberle erzielt dank Bio das beste Ergebnis seit ihrer Gründung

**MEDIEN+INTERNET**

**54 TV als Werbepattform für OTC**

Mediacom-Chef Paul Remitz erklärt, wie Bewegtbild auch jüngere Erstverwender erreicht

**58 Launischer OTC-Markt**

Warum die Selbstmedikation bisher hinter ihren Erwartungen blieb

**62 Firmen entdecken soziale Medien**

Der Hype um Facebook & Co. spielt CP-Dienstleistern in die Hände

**66 „Alle Fehler schon gemacht“**

Biermann Medizin setzt mit dem Export von Kongresszeitungen auf ein Nischen-Geschäft

**Porträt**

**68 Agaplesion – Unsere Werte verbinden**

Konzern-Chef Bernd Weber gibt Gesundheitskonzern neuen Markenauftritt

**RUBRIKEN**

03 Editorial

70 Termine

71 Vorschau/Impressum