



17 Die Lücke finden

Eine Umfrage unter Marktforschungsinstituten offenbart die Pharma-Trends 2013.

Demnach sehen die meisten Experten die größten Zukunftschancen in der Verbraucherkommunikation.

Aber auch Fixkombinationen, integrierte Versorgung und Pharma-Kooperationen sind Bereiche, die sich die Industrie noch stärker erschließen muss.

Preisdruck und Patentabläufe erfordern zudem effiziente Strukturen im Außendienst.

TITELTHEMA

17 Top-Start 2013: Pharma-Trends und Prognosen

Eine Umfrage unter Marktforschern offenbart die neue Zukunftschancen für Unternehmen

NEWS

6 Sat.1 Gold für Best Ager kommt 2013

6 Holtzbrinck bringt ‚Netdoktor‘ an den Kiosk

8 Boehringer Ingelheim gewinnt Red Dot-Preis

MÄRKTE+UNTERNEHMEN

14 Pharmazentrale Berlin wächst

Die Hauptstadt bietet Unternehmen viele Vorteile, nicht nur die Nähe zur Regierung

17 Top-Start 2013: Pharma-Trends und Prognosen

Service für Patienten muss verbessert werden

26 OTC als Kassenleistung wird kaum genutzt

Ein Viertel aller Verordnungen erfolgt über Grüne Rezepte, so eine Analyse von IMS

30 Der Arzt im Visier des mündigen Patienten

Der Trend zum Praxis-Marketing bringt der Industrie neue Chancen, von Dr. Sigrid Schmid und Lena Gralki, GIM

34 Nachhilfe für lernendes System

vfa-Chefin Birgit Fischer plädiert für Innovationen, die sich am Bedarf der Patienten orientieren

36 Micro-Trends: Technik, die beschützt

In Hongkong zum Beispiel unterstützen Roboter die Pflege im Altenheim

KOMMUNIKATION+AGENTUREN

38 2. GWA Healthcare Award vergeben

Der Agenturenverband GWA hat jeweils einen Preis in sechs Kategorien vergeben

46 Der Impfstoff-Ärger

Paul-Ehrlich-Institut und BZgA setzen auf konstante Kommunikation, insbesondere in ‚Krisen‘

48 „Große OTC-Potenziale liegen im Printbereich“

WEFRA Media, 2011 im OTC-Bereich verstärkt, zieht Bilanz



38 6 Sieger beim GWA Healthcare Award

Das GWA Healthcare Forum hat zum zweiten Mal einen Award an Agenturen vergeben. In sechs Kategorien wurde je ein Preis vergeben.

64 „Multikulti macht's“

Beiersdorf-Managerin Karin Hannig baut die Marke Eucerin auf und leitet heute das weltweite Apothekengeschäft.

50 Wohlfühl-Klima treibt das Geschäft

Die Berliner Pharma-Agenur Peix überzeugt durch ihre „untypische“ Art Kunden – sowohl bestehende als auch neue – und Mitarbeiter

53 Fundament muss stimmen!

Winfried Krenz vom GWA Forum Healthcare: Die richtige Positionierung eines Präparats entscheidet über dessen Erfolg

MEDIEN+INTERNET

56 Die Kommunikationsarchitekten

Content Marketing heißt ein neuer Trend, von dem sich CP- und Online-Spezialisten wachsendes Geschäft versprechen

60 „Wollen das schnellste Medium bleiben“

Die ‚Ärzte Zeitung‘ launcht eine iPad-App, die immer am Vorabend der gedruckten Version erscheint

63 VIRA-Index: Competitive Education im Fokus

Das Social Health Game ‚DocTango‘ richtet sich an Ärzte und verbindet Fachinfos mit Entertainment

■ Porträt

64 „Multikulti macht's“

Wie die Beiersdorf-Managerin Karin Hannig die Hautpflege-Marke Eucerin zu internationalem Erfolg geführt hat

■ RUBRIKEN

03 Editorial

66 Termine

67 Vorschau/Impressum

In dieser Ausgabe von Healthcare Marketing liegt eine Beilage der Firma Comprix GbR bei. Wir bitten um Beachtung.