



26 Berlin Calling

Die Berliner Agentur Peix Pharma erlebt ihren zweiten Frühling und gewinnt mit Adenuric, Ranexa und Orthomol fünf Comprix-Awards. Ebenfalls fünf Preise sichert sich die Serviceplan-Gruppe. Erstmals unter den Gewinnern rangieren die Agenturen Neues aus Hamburg und Brand Pepper.

Die Stuttgarter Agentur Schmittgall führt unangefochten die Langzeit-Bestenliste an und hat sich mit den Neukunden Cialis und Weleda schon Stoff für den Comprix 2013 gesichert.

TITELTHEMA

26 Berlin Calling

Comprix: Ergebnisse, Statements über Kreation, Newcomer und vieles mehr

NEWS

6 5 Fragen an Rüdiger Sprunkel

8 Neues EU-Beratungszentrum gegründet

14 OMD verliert Ratiopharm an Mediacom

MÄRKTE+UNTERNEHMEN

16 „Ein lernender Prozess“

Interview mit Wioletta Kotowa von IGES

19 Auf neuem Parcours zuhause

Die Erlau AG wächst u.a. mit VitaGym-Bewegungsgeräten für Altenheime und Kliniken

22 Prestigekosmetik vom Dermatologen

Estée Lauder-Marke Clinique steigert Werbung

24 Mit dem iPad auf Visite

Interaktive Patientenkommunikation mit dem Tablet

KOMMUNIKATION+AGENTUREN

26 Berlin Calling

Agentur Peix Pharma räumt fünf Awards ab und ist gleichauf mit Serviceplan

34 Comprix: ein großes Sammelbecken?

Streitfrage des Monats beantworteten Hubert Sichler, Serviceplan, und Jörg Hempelmann, JNB McCann

36 Comprix-Ranking 2001 - 2012

Das exklusive Langzeitranking der Comprix-Awards

40 „Nicht mehr das Spielfeld Einzelner“

Interview mit Dr. Sonja Rauchschalbe und Prof. Moritz Wente über medperts.de

42 Asterix, Obelix, Comprix

Kommentare von Andreas Pauli und Alfred Ernst

46 Communication pre-loaded

Jessica Bogner und Uwe Lebok von K&A über effiziente Kommunikation



16 „Ein lernender Prozess“

Wioletta Kotowa, Leiterin der neuen Niederlassung des IGES Instituts in Nürnberg, berät Pharmaunternehmen rund um das AMNOG.



72 Fachtitel profitieren von Online

Apothekenverlage bauen ihre digitalen Angebote immer weiter aus. Die Werbeeinnahmen fallen noch gering aus, doch die Kundenbindung steigt.

50 „OTC-Marken sollten aus Trading Kapital schlagen!“

Interview mit Media-Urgestein Thomas Koch

54 Ärzte-Fortbildung wird mobiler

Über die Rolle digitaler Medien bei Ärzten

58 Keine erfolgreiche Veranstaltung ohne CRM

Gastbeitrag von mbs und update software

62 Klare Regeln erforderlich

FSA-Chef Holger Diener über die anstehende Grundsatzentscheidung des BGHs zum Berufsstatus der Ärzte

66 Gams & Schrage neu aufgestellt

Sabine Meusel kauft sich bei der Krefelder Agentur ein und wird deren Chefin

68 Pharma goes Social Media – oder besser doch nicht?

Potenziale und Risiken der sozialen Netze: ein Beitrag von Roger Stenz, Sudler & Hennessey

MEDIEN+INTERNET

70 Ein ‚Stern‘ für Ältere

Der ‚Stern‘ launcht die Zeitschrift ‚viva!‘

72 Apothekerpresse profitiert von Online

Der Austausch mit Usern zahlt auf die Leserblattbindung von Fachtiteln ein

76 Wachstum auf ganzer Linie

Bei der Mediengruppe Oberfranken setzt Geschäftsführer Bernd Müller auf optimierte Prozesse und Zukäufe

Porträt

80 Karriereplanung bis zur Chefetage

Erik Deppe, Herbalife International Deutschland, feilt am Image der Marke Herbalife

RUBRIKEN

3 Editorial

82 Termine

83 Vorschau/Impressum