



Foto: lenets tan Fotolia

38 Wie Hausärzte die Medien nutzen

Allgemeinmediziner, Praktiker und Internisten (APIs) greifen zur Fachzeitschrift, wenn es um berufliche Informationen geht. Parallel nutzen sie aber auch immer öfter das Internet. So lautet das zentrale Ergebnis der diesjährigen LA-Med API-Studie.

Während Print leichte Verluste bei den Reichweiten verzeichnet, gewinnen Fachportale an Zulauf. Verlagen fordert dieser Trend viel ab: Sie müssen die Profile ihrer Titel stärken und ebenso Online ausbauen.

■ TITELTHEMA

38 API-Studie läutet Online-Zeitalter ein

Die diesjährige LA-Med API-Studie ermittelt erstmals die Reichweiten berufsrelevanter Fachportale

■ NEWS

- 8 Reckitt Benckiser baut Apothekenteam aus
- 8 Neuer Player im Pharmagroßhandel
- 9 DocMorris lässt die Pillen rollen
- 9 Newcomer-Titel ‚Netdoktor‘ pausiert
- 10 Stada macht Apotheker zum Baywatch-Helden

■ MÄRKTE+UNTERNEHMEN

- 14 Gesundheitspolitik als Wachstumstreiber
China stehen große Reformprojekte bevor, von Prof. Bert Rürup, Handelsblatt Research Institut

16 Lückenlose Dokumentation unabdingbar

Die Pharmaindustrie muss bei der Zusammenarbeit mit Fachkreisen Grundsätze beachten, von Dr. Stefanie Greifeneder, Field Fisher Waterhouse

18 Neue Abverkaufschancen für Schlafmittel?

Der Absatz von OTC-Beruhigungsmitteln steigt, eine Analyse von Dr. Gisela Maag, IMS Health

20 Nie wieder Schäfchen zählen

Micro-Trends: Uhren, Apps und Dockingstationen sollen für eine angenehme Nachtruhe sorgen

■ KOMMUNIKATION+AGENTUREN

22 Die perfekte ärztliche Fortbildung

Ein Modellplan zeigt, worauf Event-Agentur und Kunde bei der Zusammenarbeit achten müssen

24 Agentur Sector 5 startet Apothekia.de

Das neue Wissensportal Apothekia soll zur „zentralen Startseite“ für PTAs werden

27 Werbung kommt beim Patienten nicht an

Eine Studie von Harris Interactive zeigt: Der Weg zum OTC-Medikament führt Patienten nicht über Werbung in die Apotheke

30 Mehr tun für Mitarbeiter

Das Modell des „Durchlauferhitzers“ hat in der Personalpolitik ausgedient, von Sybille Queißer, sellxpert

32 Betroffene zu Beteiligten machen

Coaching-Programme unterstützen Unternehmen bei der strategischen Neuausrichtung, von J. Pfannenberger, JP/Kom und C. Andriof, Kraft & Partners

34 Warum die Pharmaindustrie Digital Opinion Leader braucht

Karin Reichl vom GWA Healthcare Forum: Patienten bilden sich eine eigene Meinung und beziehen dabei oft das Internet ein

36 1 A Pharma auf Viagra-Pfaden

Best Practice: Die Berliner Agentur 2strom entwickelt eine Kampagne für das Sildenafil-Generikum von 1 A Pharma



Foto: anton Balazh Fotolia

14 Gesundheitspolitik als Wachstumstreiber

China stehen weitere Gesundheitsreformen bevor, von Prof. Bert Rürup, Handelsblatt Research Institut

Hier geht's zum
Nonplusultra.

www.sp-hl.com/kreationen





22 Die perfekte ärztliche Fortbildung

Worauf es bei der Zusammenarbeit zwischen Event-Agentur und Kunde ankommt, zeigt ein Modellplan.

52 Alles Gute aus dem Bienenstock

Bei roha arzneimittel läuft der Generationswechsel auf Hochtouren. Unternehmer Andreas Berghöfer baut die Marke Zirkulin aus.

MEDIEN+INTERNET

38 API-Studie läutet Online-Zeitalter ein

Die API-Studie 2013 ermittelt erstmals die Reichweiten berufsrelevanter Fachportale

44 „Der Arzt ist erst mal Heiler und nicht User“

Der LA-Med-Vorstand Rüdiger Sprunkel im Interview über die Rolle von Online-Reichweiten im Print-orientierten API-Sektor

46 Experten zur LA-Med API-Studie 2013

Eine Umfrage unter Branchen-Teilnehmern zeigt unterschiedliche Meinungen auf

48 Werden Online-Reichweiten schon ausreichend im Gesundheitsmarkt berücksichtigt?

Die Streitfrage des Monats beantworten Rüdiger Sprunkel vom ‚Deutschen Ärzteblatt‘ und Harm van Maanen von Springer Medizin

50 Vira-Index: Produkttests ins Netz verlängern

Warenproben bekommen dank Bloggern eine neue Qualität im Marketing, das zeigt die Fußpflege-Marke Gehwohl

Porträt

52 Alles Gute aus dem Bienenstock

Wie der neue roha-Geschäftsführer Andreas Berghöfer gemeinsam mit seinen Brüdern die Firma für die Zukunft aufstellt

RUBRIKEN

03 Editorial

54 Termine

55 Vorschau/Impressum

Dieser ‚Healthcare Marketing‘-Ausgabe liegt eine Beilage der Firma SEMPORA Consulting GmbH bei. Wir bitten um Beachtung.