



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](http://www.sp-hl.com/kreationen)

Wenn Sie wissen wollen, was ein Plus mit der OTC-Kampagne des Jahres zu tun hat, jetzt klicken.

serviceplan  
health & life





**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.