



© Strauke - Fotolia

14 Big Pharma beackert die Zielgruppe Männer

Der Patentablauf von Pfizers Viagra im Juni vergangenen Jahres generierte 2013 viele Kampagnen, die sich erstmals auch direkt an den Patienten wandten. Diese Tatsache sowie ein bis zu 80 Prozent günstigerer Preis verhilft dem Viagra-Wirkstoff Sildenafil wieder zur Marktführerschaft (60 Prozent Marktanteil nach Absatz) und überholt damit Lillys Wirkstoff Tadalafil (Cialis).

Bei den Ärzten schneidet das Produkt SildeHexal am besten ab. Warum die neuen medial initiierten Männerkrankheiten der Gesundheit schaden können, sagt der Zukunftsforscher Matthias Horx im Interview ab Seite 20.

TITELTHEMA

- 14 **Sildenafil gewinnt Marktanteile zurück**
Wie der Patentablauf von Sildenafil den Markt der Potenzmittel deutlich verschiebt

NEWS

- 08 **Pharma-Marketing wird noch digitaler**
- 10 **Hermes und Bad Heilbrunner wechseln von OMD zu Havas Media**
- 10 **TV-Spot d. Monats: isla ruft zur Fürsorge auf**
- 11 **GfK-Studie: Politik größte Sorge vieler Marketer**
- 11 **Agenturen in Kürze**
- 12 **Medice stellt Führung neu auf**
- 12 **Teva findet neuen Vorstandschef**
- 13 **Bayer holt Kemal Malik in den Vorstand**

MÄRKTE

- 14 **Patentablauf hilft Sildenafil zum Revival**
Sildenafil gewinnt Marktanteile zurück
- 20 **Sexualität ist Teil des ‚Healthness-Trends‘**
Matthias Horx sagt im Interview, warum wir auf eine Pathologisierung der Gesellschaft zusteuern
- 23 **Ist Markenführung bei Generika notwendig?**
Die Streitfrage des Monats beantworten Anna Maria Hüwel (Aurion) und Dagmar Siebert (Teva)
- 24 **Frauen und Männer bleiben anders gesund**
Gender-Medizin im Wandel, von Corinna Mühlhausen-Langwieser und Peter Wippermann
- 27 **Selbsterkenntnis durch Zahlen**
Micro-Trends: Apps und Programme zur Selbstvermessung verbessern das eigene Gesundheitsverhalten
- 28 **Generika und das Marktzulassungsprivileg**
Pharmaunternehmen, die selbst keine Wirkstoffe herstellen, dürfen bei der Marktzulassung nicht benachteiligt werden

■ KOMMUNIKATION

30 Optimismus beim Neugeschäft

Eine Umfrage zeigt, wie aktiv Agenturen bei Screenings und Pitches sind

33 GWA: Awards und Nachwuchs im Fokus

Interview mit GWA-Vorstand Wolfgang Pachali

36 Wie steht's mit Viagra?

Eine Studie der Agentur duke untersucht, wie Sildenafil-Anbieter Fachzielgruppen ansprechen

38 Erleuchtende Briefings und wahre Insights

Rolle von effizienten Kampagnen wird unterschätzt, von Uwe Lebok, K&A, und Winfried Krenz

40 Havas Life punktet mit e-Detailer

Agentur entwickelte z.B. ein Tool für Sprycel (BMS)



Achim Hollenberg

Quelle: Havas Life

40 Stark bei e-Detailer und Medical Writing

Die Düsseldorfer Agentur Havas Life unter GF Achim Hollenberg macht ihren Umsatz speziell mit e-Detailer z.B. für Sprycel von BMS und Studienaufbereitungen.

starten sie das
neue jahr mit
einem kreativen
feuerwerk.

jetzt zünden!

www.sp-hl.com/kreationen





Damian Rodgett

Quelle: pilot



© kozávu - fotolia

52 Smart-TV im Aufwind

Damian Rodgett von pilot Screentime kritisiert im Interview: Firmen behandeln digitales Marketing noch „stiefmütterlich“.

56 Die Vermessung des Ichs

Das Erfassen und Auswerten von Daten über die eigene Gesundheit verbessern die Selbstwahrnehmung. Die Daten bieten OTC-Herstellern neue Business-Potenziale.

44 Bird & Schulte veredelt Virus mit Kunst

Die Agentur Bird & Schulte verknüpft für Boehringer Ingelheim Kunst mit Medizin

46 Erfolg durch Werte und Glaubwürdigkeit

Agenturchef Tobias Bartenbach erläutert im GWA-Beitrag den Erfolgsfaktor Corporate Branding

MEDIEN

50 „Online ist kein Allheilmittel“

Viele Medizin-Fachverlage schließen ein „gutes“ Jahr 2013 ab, wie eine ‚HCM‘-Befragung zeigt

52 „Smart-TV macht digitales Marketing nicht einfacher“

Damian Rodgett kritisiert im Interview: Firmen behandeln digitales Marketing noch „stiefmütterlich“

55 Lesestoff für das smarte Heim

Die neue Publikumszeitschrift ‚eHome‘ stellt Technikrends aus dem Gesundheitsmarkt vor

56 Die Vermessung des Ichs

Self-Tracking bietet Erfolgspotenziale für OTC-Pharmaunternehmen

58 Vira-Index: Plötzlich offline

Novartis und Pfizer nehmen ihre Social Media-Auftritte vom Netz

Porträt

60 Ein Kodakianer unter Zahnärzten

Frank Bartsch, Trade Marketing Manager bei Carestream Dental, begleitet von Anfang an den Markenswitch von Kodak zu Carestream

RUBRIKEN

03 Editorial

62 Termine

63 Vorschau/Impressum

Dieser Ausgabe von ‚Healthcare Marketing‘ sind eine Beilage von Andrej Piatkowski designidentity.de sowie eine Beilage vom COMPRIX beigelegt. Wir bitten um Beachtung!