



12 Auf den Service kommt es an!

Social Media verändert das Markenverständnis im Gesundheitsmarkt. Weil soziale Medien Unternehmen, Produkte und Dienstleistungen transparenter machen, wird die Kundenzufriedenheit immer wichtiger. Der Dialog zwischen Unternehmen und Kunden zählt auf die Marke ein.

© cristovao31 - Fotolia.com

■ TITELTHEMA

- 12 **Auf den Service kommt es an!**
Für Kliniken wird das Weiterempfehlungsverhalten ihrer Patienten immer wichtiger

■ NEWS

- 8 Asklepios-Gründer kauft Hotel Atlantic
- 8 Diabetes-TV legt guten Start hin
- 9 GSK und Novartis planen neue OTC-Firma
- 10 WEFRA startet für Gelomyrtol neue Kampagne
- 10 Spot des Monats: Weleda Arznei Neuroderon
- 11 site-works kauft PR-Agentur medandmore

■ MÄRKTE

- 12 **Patientenzufriedenheit als Marketingtool**
Warum Social Media das Markenverständnis verändert und worauf Klinikchefs achten sollten
- 16 **OTC-Marken haben im Internet Nachholbedarf**
Wie die wichtigsten 17 Arzneimittelmarken das Internet mit Content Marketing-Ansätzen nutzen
- 20 **Wie Apps den Medizinmarkt revolutionieren**
Gesundheits-Apps eröffnen Chancen auf Kosteneinsparungen für Krankenkassen. Doch bis dahin müssen noch einige Hürden genommen werden
- 23 **Bringen Apps Vorteile für die Gesundheit?**
Die Streitfrage des Monats beantworteten Christian Klose, AOK Nordost, und Urs-Vito Albrecht, Medizinische Hochschule Hannover
- 24 **Micro-Trends: Digitale Gesundheits Helfer**
Über digitale Kanäle können Patienten neue Service-Angebote nutzen

KOMMUNIKATION

26 Herausforderungen bei der Kunden-Akquise

Das neue New Business-Barometer zeigt, dass die Zahl der Agentureinladungen zu Screenings steigt, zu Pitches aber sinkt

30 Healthcare-Slogans: Keine falschen Versprechungen

Was bei Arzneimittelnamen erlaubt ist und was nicht, erläutert Sybille Kircher, Chefin bei Nomen International Deutschland

32 Geschichten für integrierte Kampagnen

Georgios Manolidis, cyperfection, über die Funktion von Geschichten in der Kommunikation



26 Herausforderungen bei der Kunden-Akquise

Das neue New Business-Barometer zeigt, dass die Zahl der Agentureinladungen zu Screenings steigt, zu Pitches aber sinkt.

Sie: Global Player. Wir: Global Awards.

Die Serviceplan Health & Life gewinnt **3-fach** bei „The Global Awards“* in New York!
Damit gehört Serviceplan Health & Life zu den kreativsten Healthcare-Agenturen der Welt.
Neugierig?

www.sp-hl.com/kreationen oder kontaktieren Sie
Annika Simon +49 89 2050 2340

*World's Best Healthcare & Wellness Advertising / <http://www.theglobalawards.com/>

serviceplan
health & life





Quelle: okomed



Quelle: Grünenthal

38 Medizinverlage launchen okomed

Fünf Fachverlage starten die Online-Kooperation okomed, um Zielgruppen zu bündeln und neue Erlöse zu generieren.

48 Auf der Suche nach Neuland

Der Lebensweg der Grünenthal-Kommunikationsschefin Friederike Herrfurth liest sich wie eine Reise quer durch Deutschland.

■ MEDIEN

34 Healthcare Professionals zugehört

Die wichtigsten Ergebnisse der ‚Grundlagenstudie zur Mediennutzung von Healthcare Professionals 2014‘, von Vera Richter, LA-MED

38 Medizinverlage eröffnen Dialog im Netz

Fünf medizinische Fachverlage vereinbaren die Online-Kooperation okomed

42 Chancen für Wartezimmer-Apps nutzen

Sogenannte ‚Patient Engagement Apps‘ bereiten das Arzt-Patienten-Gespräch vor, von Andreas Rex, Berater für Digitales Marketing

44 Zeitung beeinflusst den Brillenkauf

Wer ein neues Paar Augengläser sucht, lässt sich oft von Zeitungswerbung und TV-Spots inspirieren

46 Schwierige Zeiten für Fitness-Magazine

Obwohl der Sport- und Healthstyle weiter boomt, schwächeln die Auflagen einiger Fitness-Zeitschriften

■ KARRIERE

48 Porträt: Auf der Suche nach Neuland

Friederike Herrfurth leitet seit 2014 die Kommunikation bei Grünenthal. Sie bringt Erfahrung von Agentur- und Industrieseite mit

50 Von Kommunikationsprofis lernen

Carolin Crockett, Junior Communication Manager bei AbbVie Deutschland, gibt im Interview Einblick in ihre Arbeitswelt

52 Rune Hoffmann wird neuer Kommunikationschef bei Asklepios

52 Jean-Luc Delay rückt als Sprecher der Geschäftsführung an die Spitze bei Takeda

■ RUBRIKEN

3 Editorial

54 Termine

55 Vorschau/Impressum