



© LukkaTDB - Fotolia

26 Peix rockt den Comprix

Die diesjährige Comprix-Jury hatte sich vorgenommen, zu polarisieren und „eindeutige Ergebnisse“ abzuliefern. Das Resultat: 31 Awards. Sie gingen an etablierte und Newcomer-Agenturen.

Zu unserer Comprix-Strecke gehören ebenso unsere Streitfrage des Monats ‚Muss sich Rx-Kommunikation radikal ändern?‘ sowie ein Vorbericht über Cannes Lions Health und Autorenbeiträge u.a. von colloquio-Chef Martin Drees und Andreas Teigeler von der Digitalagentur Digitas LBi.

TITELTHEMA

26 Peix räumt Awards beim Comprix ab

Peix erklimmt dieses Jahr die Award-Spitze, aber auch Newcomer werden ausgezeichnet

NEWS

9 Agenturen in Kürze

10 Spot des Monats: Sanicare im TV

12 Michael Willi spricht für Novartis

MÄRKTE+UNTERNEHMEN

14 Vertriebskanal verstärkt Produktbotschaft

Um sich vom Massenmarkt abzuheben, setzen Kosmetikhersteller auf Apotheken-Beratung

18 Junge Männer verzichten auf Beratung

Die Mehrheit der männlichen Käufer shoppt Kosmetikartikel im Drogeriemarkt

20 „Die nächste digitale Innovation aufgreifen und sich abheben“

Der E-Marketing-Manager Haider Alleg von Gedeon Richter über das Pharma-Marketing 2.0

23 Schöne, gesunde Haut im Fokus

Micro-Trends: Hersteller entwickeln Produkte für den Erhalt natürlicher und gesunder Haut

24 Was in der Lebensmittelwerbung noch geht

Das EuGH-Urteil ‚Monsterbacke‘ erläutert Dr. Stefanie Greifeneder von Field Fisher Waterhouse LLP

KOMMUNIKATION+AGENTUREN

26 Peix ist Abräumer des Comprix

Peix erklimmt dieses Jahr die Award-Spitze, ausgezeichnet werden aber auch Newcomer

30 Übersicht: Die Comprix-Gewinner 2014

Wer mit welcher Idee einen Award erhalten hat

48 Weitere preisgekrönte Arbeiten

Eine Übersicht über die prämierten Arbeiten

58 Muss sich Rx-Kommunikation radikal ändern?

Die Streitfrage des Monats beantworten Bernd Schmittgall und Wolf-Peter Witt

60 Comprix-Ranking 2001 bis 2014

Exklusives Ranking der Agenturen, die im Laufe der Jahre die meisten Awards erhielten



78 Wie sich Zahnärzte informieren

Die ‚Mediennutzungsstudie Dental 2014‘ bescheinigt Zahnärzten einen konservativen Informationsstil. Doch Digital holt auf.

88 Der Beziehungsmanager

Dirk Greshake, Geschäftsführer von AstraZeneca, will den britischen Konzern in Deutschland „wetterfest“ für die kommenden Jahre machen.

62 Cannes verleiht Löwen für Gesundheit

In 2014 wird zum ersten Mal der Cannes Lions Health-Award vergeben

62 Wettbewerbe für Healthcare-Kommunikation

Zunehmend kommen neue nationale und internationale Wettbewerbe auf den Markt

68 „Marketingkommunikation ist keine Einbahnstraße mehr“

coliquio-Chef Martin Drees über die neue Rolle von Arztnetzwerken bei Content Marketing

70 Digitale Heilungschancen

Healthcare-Kommunikation kann vom digitalen Wandel profitieren, von Andreas Teigeler, Digitas LBi

72 Der schnelle Weg zum Kunden

Wie Pharma nachhaltig Kunden erreicht, von Dr. Uwe Lebok, K&A BrandResearch

76 In kürzerer Zeit. Mit mehr Spaß. Zu einem besseren Ergebnis.

Karsten Rzepka, Peix, erläutert im GWA-Beitrag, wie Pitches zum echten Glücksfall werden

MEDIEN+INTERNET

78 Wie sich Zahnärzte informieren

Alle Ergebnisse der ‚Mediennutzungsstudie Dental 2014‘ und Einschätzungen von Branchenvertretern

84 Digitale Medien sind für OTC relevant

Wie das Nutzungsverhalten der Medien durch die Digitalisierung verändert wird, von pilot

87 VIRA-Index: Vita Zahnfabrik

Materialhersteller Vita Zahnfabrik wirbt auf sämtlichen Kanälen für ihr Social Media-Angebot

Porträt

88 Der Beziehungsmanager

Dirk Greshake, Deutschlandchef von AstraZeneca, sieht im Beruflichen vor allem die menschliche Seite

RUBRIKEN

03 Editorial

90 Termine

91 Vorschau/Impressum