



© Syda Productions - Fotolia.com

## 12 Apotheker pflegen Marke

Was tun Apothekeninhaber, um sich für die Zukunft aufzustellen? Die meisten Apotheker halten die eigene Marke am Standort für wichtiger als die Dachmarke einer Apothekenkooperation.

Fünf Apotheker stellen ihre Marketing-Ansätze vor. Das Fazit: Die Zufriedenheit ihrer Kunden kommt für viele Pharmazeuten noch vor ihrem wirtschaftlichen Erfolg. So zielt etwa der Einsatz digitaler Medien darauf ab, die Beratung der Patienten zu verbessern und mehr Zeit für den Dialog zu haben.

### TITELTHEMA

#### 12 Die Apotheke der Zukunft

Wie Apothekeninhaber Marketing nutzen, um die Beratung ihrer Patienten zu verbessern

### NEWS

6 TK untersucht Bestandsmarkt

6 Agenturen in Kürze

9 Der Spot des Monats: Laxoberal

9 Auf diese Talente sollten Sie achten

### MÄRKTE

#### 12 Die Apotheke der Zukunft

Was Apothekeninhaber tun, um sich für die Zukunft aufzustellen

#### 19 Sind Rezeptboten die besseren Versandapotheken?

Die Streitfrage des Monats beantworten Markus Bönig, Pharmacy Connect, und Christian Buse, Bundesverband Dt. Versandapotheken

#### 20 Online-Apotheken mit Plus gestartet

Der Arzneiversand hat sich als zweites Standbein etabliert, Dr. Gisela Maag, IMS Health

#### 22 Markenimage treibt Apothekenempfehlung

Die MSL-Gesundheitsstudie 2014 offenbart: Hersteller müssen PTAs besser in ihr Marketing einbinden, Isabell Pavlic, MSL Germany

#### 24 „Wir sind die Guten unter den Bösen“

Der Bundesverband der Arzneimittel-Hersteller baut den BAH-Gesundheitsmonitor weiter aus

#### 27 Micro-Trends: Medikation digital vereinfachen

Der Gesundheitsmarkt profitiert von neuen IT-Entwicklungen

### KOMMUNIKATION

#### 28 Kodexkonforme Arztansprache

Der FSA hat ein Geschenkverbot an Fachkreise eingeführt – eine Niederlage für Werbeartikelhersteller und eine Chance für Agenturen

#### 34 Schmittgall und Berlin-Chemie starten Patienten-Online-Plattform Therakey

Stuttgarter Agenturgruppe wächst dank digitaler Aufträge auf 110 Leute



© Picture-Factory - Forolia.com

**24 BAH: „Wir sind die Guten (...)“**

Der Bundesverband der Arzneimittel-Hersteller (BAH) will seine Rolle als Informationslieferant in der Öffentlichkeit stärken.

**44 LA-Med: Was Fachärzte gerne lesen**

Die Ergebnisse der LA-Med Facharztstudie 2014 bestätigen die Rolle von Print als Impulsgeber. Doch die Online-Nutzung holt auf.

**37 Berliner Agentur 2strom nimmt Fahrt auf**

2strom-Chefin Natascha Terp predigt: Immer an die Zielgruppe denken!

**40 Merz-Hybridmagazin begleitet Unternehmenswandel**

Agentur Signum berichtet im Best Practice über das neue digitale Hybridmagazin von Merz Pharma

**42 Best Ager im Web erreichen**

Agentur nitschmahler&friends erreicht für Mucos Pharma die Generation 50plus online

**MEDIEN**

**44 LA-Med: Was Ärzte wirklich gerne lesen**

Trotz steigender Internetreichweiten bleiben Fachzeitschriften wichtigste Informationsquelle

**52 Das Jahr 2014 ist ein Wendepunkt**

Die Mehrzahl der praktizierenden Mediziner wurde im Internet-Zeitalter ausgebildet, Martin Bauermeister, DigitasLBI

**55 Mit Fachinformationen sicherer werben**

Wie Pharmaunternehmen rechtssichere Claims texten, Dr. Roland Wiring, CMS Hasche Sigle

**57 IVW II/2014: Verluste in allen Sparten**

IVW-Bilanz der Publikumszeitschriften fällt düster aus: Fast alle Kauf titles verlieren an Auflage

**60 VIRA-Index: Pharma in Wikipedia**

Wikipedia zwingt Autoren offenzulegen, wenn sie für Einträge bezahlt werden

**Porträt**

**62 „Meine Vision: Der digitale Hausarzt“**

Dr. med. Johannes Wimmer will mit einem Videoportal das Arzt-Patienten-Gespräch verbessern

**RUBRIKEN**

**03 Editorial**

**66 Termine**

**67 Vorschau/Impressum**

Dieser ‚Healthcare Marketing‘-Ausgabe ist eine Beilage von SEMPORA Consulting GmbH beigelegt. Wir bitten um Beachtung.