



58 Auf den Mix kommt es an

Die Ergebnisse der LA-Med API-Studie 2019 belegen den digitalen Wandel: Erstmals gehört das Internet bei Hausärzten zu den Top 3 Informationsquellen, nach Fachzeitschriften und Tagungen/Kongressen. Aufgabe der vom LA-Med-Vorstand neu gegründeten Digital-Projektgruppe ist es nun, die Datenerhebung auch bei Online-Medien zu standardisieren und transparent zu machen.

Foto: © natali_mis - stock.adobe.com



12 Aufklärung oder Pflicht?

Die Branche diskutiert über die geplante Pflicht bei der Masern-Impfung. Demnach braucht es mehr Aufklärung und ein besseres Impfmanagement.



86 Soziales Netzwerk für Best Ager

Die Plattform wize.life steht im Wettbewerb mit Facebook, Instagram und Co. Das Portal für reifere Menschen geht nun mit neuen Werbeformaten in die Offensive.







TITELTHEMA


- 58 Ärzte informieren sich multimedial**
LA-Med: Alle Reichweiten der Top 12 untersuchten API-Zeitschriften, die beliebtesten Medienkanäle sowie der Brutto-Werbemarkt von 2009 bis heute
- 72 3 Fragen an Tom Renneberg**
Esanum-Gründer Tom Renneberg über sein Engagement im LA-Med-Vorstand
- 76 Was zählt, ist der Kontakt zum Arzt**
Fünf Experten von WEFRA Life Media, MW Office, MCG, DP-Medsystems und Wegener Werbung über ihr Vorgehen bei der API-Mediaplanung

NEWS

- 6 Bayer verkauft Animal-Health-Geschäft
- 8 Funke schiebt zwei Gesundheitstitel an
- 8 Angelini Pharma erwirbt BoxaGrippal
- 9 ‚Apotheken Umschau‘ in neuem Gewand
- 10 Die Kampagnenstarts des Monats

MÄRKTE

-  **12 Aufklärung oder Pflicht?**
Um öffentliche Gesundheitsziele zu erreichen, ist eine Impfpflicht geplant. Das ruft neue Kommunikationsaktivitäten auf den Plan
-  **18 „Eine Kampagne braucht Zeit“**
Die Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung äußert sich zur Kampagne ‚Deutschland sucht den Impfpass‘
-  **22 GSK sieht Einfluss von Wissensvermittlung**
Der Hersteller GSK geht bei seiner Kampagne ‚Meningitis bewegt‘ zur Impfaufklärung in den Dialog
-  **26 Pfizer holt Zielgruppe mit Freizeitmagazin ab**
Das Unternehmen Pfizer verlinkt sein Aufklärungsportal zecken.de mit einem digitalen Outdoor-Magazin
-  **28 Hebammen sehen Aufklärungsbedarf bei Eltern**
Ergebnisse einer DocCheck-Umfrage zur Impfberatung
-  **30 Die Impfnachfrage steigt**
Aktuelle IQVIA-Analyse zur Entwicklung des Absatzes von Impfstoffen im deutschen GKV-Markt

-  **34 Influencer-Kommunikation zur Impfaufklärung**
Wie Influencer auf Instagram und Co. bei der Kampagne ‚Mach den Impfcheck‘ zum Einsatz kamen
- 36 Den Durchblick behalten**
Trendone dreht sich rund um Augengesundheit

KOMMUNIKATION

- 44 WEFRA Werbeagentur wandelt sich zu WEFRA Life**
Die Neu-Isenburger-Agenturgruppe stellt sich mit einem Vier-Säulen-Modell zukunftsfähig auf
- 47 Wie Marken ihre Festivalauftritte rocken**
Open-Air-Events bieten zahlreiche Möglichkeiten, um die junge Zielgruppe nachhaltig für sich einzunehmen
- 51 Mit emotionaler Kommunikation mehr erreichen**
In der GWA-Serie schreibt Roger Stenz, CEO WPP Health Practice, über erfolgreichen Ärzte-Dialog

MEDIEN

- 82 „Es wird interessant, wenn das E-Rezept da ist“**
Die Initiative Pro-AvO feilt an ihrer Apotheken-Plattform
- 84 Mehr Gründergeist auf Augenhöhe**
Mit zwei neuen Formaten will die Expopharm erstmals auch Start-ups unterstützen, berichtet Geschäftsführer Metin Ergül von der Avoxa Mediengruppe
- 86 Erste Adresse für Best Ager im Netz**
Mit zusätzlichen Content-Angeboten will das Portal wize.life in der Zielgruppe 50plus neue Nutzer gewinnen

KARRIERE

- 90 Köpfe**
Dr. Gisbert Kleeff wird Geschäftsführer bei Bayer Vital, Boehringer Ingelheim baut Management um, Antwerpes-CEO Thilo Kölzer übernimmt Doppelfunktion u.v.m.

SERVICE

- 3 Editorial
- 93 Termine
- 94 Vorschau/Impressum