



© Ivan Kmit - Fotolia.com

34 Frischer Wind zieht auf

Für Agenturen ist es lebenswichtig, das Geschäft mit bestehenden Auftraggebern auszubauen und Neukunden zu gewinnen. In einer Umfrage hat diese Redaktion Agenturen u.a. dazu befragt, worauf fruchtbare Partnerschaften mit Unternehmen basieren. Menschlich ausgedrückt: Wie können Werber die Industriemanager glücklich machen? Hier zeigt sich, dass aufgrund digitaler Technologien und gestiegener Ansprüche an Werbung Content Marketing und die Vernetzung von Maßnahmen für ‚frischen Wind‘ im Verhältnis von Kunden und Agenturen sorgen.

TITELTHEMA

34 Frischer Wind zieht auf

Digitalisierung, von Content Marketing und die Vernetzung von Maßnahmen sorgen für frischen Wind im Verhältnis von Kunden und Agenturen

NEWS

8 OTC-Preise steigen während Grippe-Saison

9 Novartis will Trade Marketing neu aufstellen

10 GWA Healthcare Award mit neuem Sponsor

12 Spot des Monats: MDH zahnersatzsparen.de

12 Auf diese Talente sollten Sie achten

MÄRKTE

16 Market Access: Infos für mündigere Ärzte

Laut dem Bestandsmarktreport 2014 brauchen Ärzte bessere Arzneimittelinformationen

19 Bringen öffentliche klinische Studien trotz Vorzensur mehr Transparenz?

Die Streitfrage des Monats beantworten Birgit Fischer, vfa, und Andrea Kamphuis, IQWiG

22 Von Nutzenbewertung zum Erstattungsbetrag

Bestimmte Aspekte werden beim AMNOG-Verfahren nicht berücksichtigt, Christian Dierks und Jörn Grotjahn, Dierks + Bohle Rechtsanwälte

24 Medizintechnik auf allen Kanälen

Der Medizintechnologie-Verband BVMed setzt in seiner Kommunikation auf digitale Medien

28 Die Kooperation lebt vor Ort

Interview mit Oliver Prönnecke, Alphega-GF, und Wolfgang Kempf, Alphega Apothekebeirat, über die Zukunft von Apothekenmarken

32 Micro-Trends: Mit Exoskelett wieder auf die Beine

Von Ganzkörper-Prothesen können Querschnittsgelähmte, ältere Menschen, Soldaten und schwer körperlich Arbeitende profitieren

KOMMUNIKATION

34 Frischer Wind zieht auf

„Healthcare Marketing“ befragt Agenturen zu Neugeschäftserfolgen und ihrer wirtschaftlichen Situation

44 Trurnit nimmt Gesundheit ins Visier

Die ursprünglich auf Energie spezialisierte Agentur Trurnit entdeckt zunehmend die Gesundheitsbranche für sich

46 Auf die Kommunikation von morgen vorbereiten

Wolfgang Pachali, WEFRA, und Roger Stenz, Sudler & Hennessey, erörtern im GWA Forum Healthcare, Veränderungen der Kommunikation

48 Allergische Reaktion auf gewohnte Patientenbilder

Best Practice: Die Agentur 2strom macht Schluss mit stereo-typischen Anzeigen von Patienten in blühenden Landschaften im Allergiemarkt



16 Informationen für mündigere Ärzte

Ärzte verschreiben zu häufig teure Medikamente. Die Techniker Krankenkasse fordert daher bessere Arzneimittelinformationen für Mediziner.

kreativität ist keine eintagsfliege.

serviceplan health & life gewinnt bronze bei den clio awards 2014, eines der weltweit wichtigsten kreativ-festivals – wenn sie für ihre marke kreative durchstarter suchen:

www.sp-hl.com/kreationen oder kontaktieren sie
annika simon +49 89 2050 2340





28 Die Kooperation lebt vor Ort

vivesco hat sich dem Apothekennetzwerk Alphega Pharmacy angeschlossen. Im Interview spricht Alphega über den Marken-Switch.

68 Der ständig Lernende

Lukas Kircher, Agenturchef von KircherBurkhardt, war Koryphäe des Editorial Designs und ist jetzt Treiber des Content Marketings.

■ MEDIEN

50 LA-Pharm: Die Zukunft ist crossmedial

Die Leseranalyse der Apothekenzeitschriften LA-Pharm zeigt: Die Reichweiten werden zwar geringer, aber der Sinkflug hat sich verlangsamt

58 Ein Markt sortiert sich neu

Der Springer-Funke-Klambt-Deal führt zu neuen Machtverhältnissen im Markt der Programmzeitschriften

62 Patientenprogramme profitieren von psycho-sozialen Elementen

Gastbeitrag von Peter Teich, PTC Consulting, und Prof. Dr. Fritz Haverkamp, Fachhochschule Rheinland-Westfalen-Lippe

66 VIRA-Index: Pfizer-Initiative ‚Get old‘

Mit Hilfe einer Plattform möchte Pfizer Menschen die Angst vor dem Altern nehmen

■ Porträt

68 Der ständig Lernende

Lukas Kircher bildet mit seiner Agentur KircherBurkhardt (künftig C3) die Vorhut des digitalbasierten Content Marketings

■ RUBRIKEN

03 Editorial

70 Termine

71 Vorschau/Impressum