



10 Power durch Innovationen

Dr. Frank Wartenberg, IMS-Deutschlandchef, erläutert im Interview, warum sich das klassische Marktforschungsunternehmen zu einem Informations- und Technologiedienstleister entwickelt hat. Zudem lesen Sie eine Umfrage unter Spezialisten zum Thema Social Media sowie die Ergebnisse einer Studie des Bundesverbandes Community Management zum Status von Social Media- und Community-Management in Unternehmen.

Foto: © Marcus Kretschmar - Fotolia.com

■ TITELTHEMA

10 „Wir sehen den Innovationshunger“

Dr. Frank Wartenberg, IMS-Deutschlandchef, im Interview über den steigenden Wettbewerb von Technologiefirmen und über Big Data

12 Communitys: Ein digitaler Datentraum

Umfrage unter Social Media-Spezialisten: Wie Marktforschung vom Internet profitiert

15 Studie zeigt Defizite in Social Media

Healthcare-Branche ist in sozialen Netzwerken noch zurückhaltend aufgestellt

■ NEWS

6 Bocholter Volksblatt startet Hörabo

8 Gehe bringt Apotheken ins Netz

9 Agenturen in Kürze

■ MÄRKTE

10 „Wir sehen den Innovationshunger“

Dr. Frank Wartenberg, IMS-Deutschlandchef, im Interview über den neuen Technik-Trend

12 Communitys: Ein digitaler Datentraum

Umfrage zu den Chancen und Herausforderungen von Marktforschung im Social Web

15 Gesundheitsbranche mit Defiziten

Vielen Unternehmen fehlt eine Social Media-Strategie

16 Philipp Lahm sorgt für den Kick bei Sixtus

Die Marke Sixtus will wieder vorne mitspielen und gewinnt den Fußball-Weltmeister als Botschafter

19 Impfen wir?

Eine Analyse des Impfstoffmarktes von Dr. Albrecht Läufer, Geschäftsführer bei Corvay Consulting

22 Geomarketing in Zeiten von Rabattverträgen

Geografische Analysen zeigen, welche Ausschreibungen sich lohnen, von Thorsten Lange, WIGeoGIS

24 E-Health-Gesetz ermöglicht höhere Effizienz

2016 tritt das E-Health-Gesetz in Kraft, eine Analyse von Dr. Florian Plagemann, CMS Hasche Sigle

■ KOMMUNIKATION

26 „Innovation ist People Business“

Die Agentur Nerdindustries entwickelt für die Firma Schein Orthopädienservice einen Rückenscanner

29 Micro-Trends: Start-ups im Gesundheitsfieber

Wie Healthcare-Start-ups mit ihren Technologien Ärzten und Patienten unterstützen

30 Wirtschaftszweig Pharma legt zu

Ein Interview mit dem GWA Healthcare Forum zu den Ergebnissen des GWA-Herbstmonitors

34 Health and Happiness

Im GWA-Beitrag erläutert Bernd Adams, wie Unternehmen und Marken vom Glückseligkeit profitieren können

MEDIEN

36 „Gemeinsam geht mehr“

Google und das Forum Healthcare des GWA wollen künftig enger zusammenarbeiten

38 Erhellen Sie Ihre Black Box!

Wie One-to-One Marketing funktioniert, erläutert Oliver Ross von Rocket Fuel am Beispiel Migräne

KARRIERE

40 MT holt Stephan Kröck als Verlagsleiter

42 Wissen zur Komplementärmedizin nutzen

Dr. Claudia Lampert vom Hans-Bredow-Institut stellt das Verbundprojekt Kokon vor

44 Arbeitgeber vergeben Chancen

Die Studie Best Recruiters stellt Arbeitgeber der Gesundheitsbranche auf den Prüfstand

46 „Sie haben eine neue Nachricht“

Wie die Funnel-Technik beim Recruiting von Jungärzten helfen kann

48 „Swea, du bist zu nett“

Swea von Mende, Agenturchefin von Mende Marketing, im Porträt

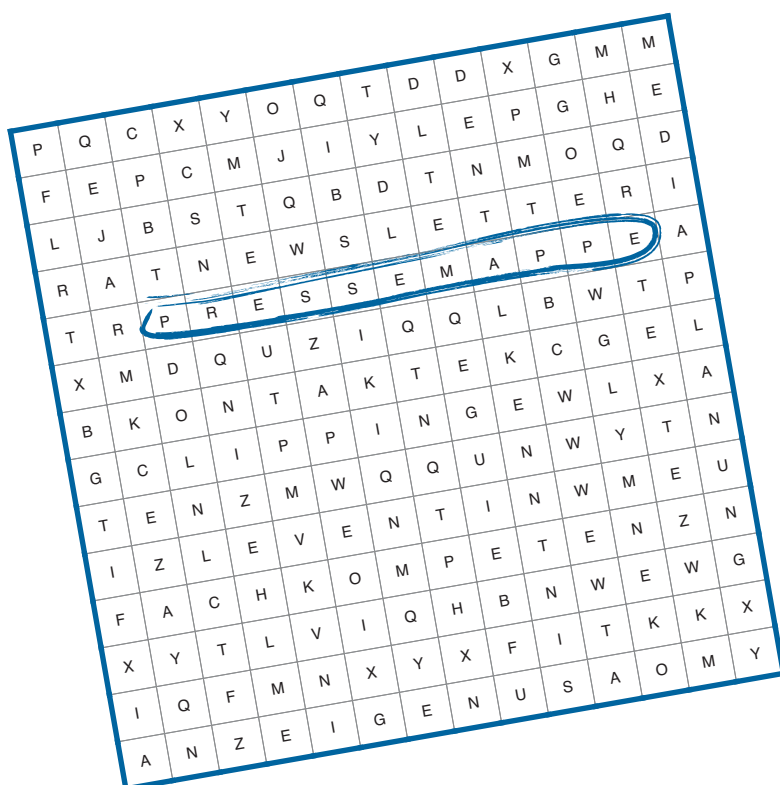
RUBRIKEN

03 Editorial

50 Vorschau/Impressum

Dieser ‚Healthcare Marketing‘-Ausgabe liegt eine Beilage des Comprix Awards bei. Wir bitten um Beachtung.

Erfolgreiche Dental-Kommunikation? Für uns kein Rätsel!



Finden Sie folgende Begriffe:

Fachkompetenz, Dentalkennntnis, Kontakte, Newsletter, Mediaplanung, Pressemappe, Event, Clipping, Texte, Anzeigen