



14 Das Gerangel der Krankenhäuser um Fachkräfte

Das Personalmarketing von Kliniken liegt im Vergleich zu anderen Branchen zurück. Es mangelt noch am systematischen Aufbau. Doch nun ist Handeln angesagt, denn der Fachkräftemangel setzt die Häuser unter verschärften Druck.

Das Universitätsklinikum München etwa beauftragt die Berliner Agentur ressourcenmangel mit einer Human Resources-Kampagne. Dabei spielt ressourcenmangel mit dem Mon-Chéri-Effekt: thematisiert wird die „begrenzte Zahl hochspannender Arbeitsplätze“.

■ TITELTHEMA

14 Kliniken in der Personal-Offensive

Krankenhäuser investieren in Personal-Marketing und heuern Werbeagenturen an, um sich die besten Fachkräfte zu sichern

■ NEWS

- 8 Apo-Verlag wehrt sich gegen Newcomer-Titel
- 8 Kliniken: Hilferuf an die Politik via Kampagne
- 9 Ratiopharm ist Top-Marke bei Best Agern
- 9 Wörwag Pharma startet neue Kampagnen
- 9 Quadia sendet jetzt ‚Breast Cancer TV‘
- 10 Zwei frühere Grey-Manager gründen Agentur
- 10 Spot des Monats ‚Crataegutt für Großmütter‘

■ MÄRKTE+UNTERNEHMEN

14 Kliniken in der Personal-Offensive

Fachkräftemangel setzt Krankenhäuser unter Druck, kommunikative Aktionen sollen helfen

18 Wie Kliniken Mitarbeiter gewinnen

Andrea Köhn, Inhaberin von Köhn & Kollegen, beschreibt im Gastbeitrag, woran es beim Personal-Marketing vieler Häuser noch mangelt

20 Streitfrage: Finden Privatkliniken leichter Personal als Unikliniken?

Die ‚Streitfrage des Monats‘ diskutieren Frank Thörner, Personalchef bei Paracelsus, und Barbara Schulte, Direktorin am Uniklinikum Essen

22 Vom Nutzendossier zur Marketingbotschaft

Die strategische Rolle der Nutzendossiers für das Pharma-Marketing erläutert der Market Access-Experte Alexander Wilke im Interview

26 AMNOG und die Folgen für Agenturen

Horst Mütter, Hering Schuppener, beschreibt im Gastbeitrag, wie sich Agenturen auf neue Markt-zugangsbedingungen einstellen müssen

27 Microtrends: Gesund durch Functional Food
Lebensmittel versprechen einen gesunden Zusatznutzen und liegen damit im Trend

28 Ärzte: Lifestyle-Angebot als Zusatzleistung?
Wenn Ärzte Lifestyle-Dienste anbieten wollen, müssen sie vorsichtig vorgehen, raten die Marktforscher von K&A in einem Gastbeitrag

■ KOMMUNIKATION+AGENTUREN

32 Paradigmenwechsel bei Initiative
Die Mediaagentur Initiative will Kunden ganzheitlich betreuen und gründet die MAP-Plattform

36 Beratungsstärke und Outbound sind angesagt
Callcenter generieren Geschäft durch beraterische Tätigkeiten und Betreuung von Patientenprogrammen, bei Outbound dominieren Spezialisten



22 Vom Nutzendossier zur Marketingboschaft

Market Access-Profi Alexander Wilke erläutert im Interview, wie sich Nutzendossiers ins Pharmamarketing einbinden lassen.

alles andere als ausgelutscht:

www.sp-hl.com/kreationen





Elmar Tentesch

38 Health-Claims mit Beigeschmack

Die EU-Regeln für Health-Claims haben für mehr Transparenz und Glaubwürdigkeit in der Food-Werbung gesorgt. Allerdings auf Kosten von Kleinunternehmen.

52 Gut vernetzt in der Pharmawelt

Burdas oberster Zeitschriften-Verkäufer für Pharma Elmar Tentesch (Foto) hat fast 40 Jahre Verlagserfahrung. Die Schnellebigkeit durch das Internet habe das Geschäft am meisten verändert.

38 Beigeschmack der Health-Claims-Verordnung

Während Konzerne ohne große Probleme ihre Strategie wechseln, können sich Kleinunternehmen nicht so einfach anpassen

41 Datengold aus dem Internet

Sebastian Seydak vom GWA Healthcare Forum: Wie sich Daten aus dem Internet für bessere Werbung nutzen lassen

48 WPV stellt sich neu auf

Verlagschefin Beate Stadge-Bourguignon zieht nach einem Jahr Eigenständigkeit positive Bilanz

50 VIRA-Index: Pharma- und Klinik-Sites im Check

Im Social Media-Index VIRA zeigt AstraZeneca, was mit Pinterest möglich ist, und die Kliniken Essen-Mitte scheuen vor keinem Thema zurück

MEDIEN+INTERNET

44 Negativtrend im Verkauf hält an

Die Auflagen der Gesundheits- und Fitnessmagazine schwächeln weiter, Erfolge sind selten

46 Ein Markt im Umbruch

Gesundheitszeitschriften verlieren an Budget, nur wenige Titel können aufholen, analysiert Thomas Körner von Starcom Media-Vest

47 Focus-Gesundheitstests in Apotheken

Die Burda News Group will mit exklusiven Produkten neues Erlösfeld erschließen und die ‚Focus‘-Markenkompetenz ausbauen

Porträt

52 Gut vernetzt in der Pharmawelt

Elmar Tentesch, Burdas Key-Accounter Healthcare, landet Coup mit ‚Deutschland Super Kombi‘

RUBRIKEN

03 Editorial

54 Termine

55 Vorschau/Impressum