



Prof. Gerd Glaeske

## 22 Mehr Transparenz bei Arzneimitteln

Laut BGH-Urteil dürfen Ärzte, die Schmiergelder kassieren, nicht bestraft werden. Der richterliche Beschluss hat erneut eine Debatte um die Zusammenarbeit zwischen Ärzten und Pharmaberatern ausgelöst. Während Industrie, Bundesärztekammer und Kassenärztliche Bundesvereinigung weiterhin auf Selbstkontrolle setzen, fordern Korruptionsexperten, das System grundlegend zu modernisieren. Die Ärztekammer Niedersachsen ist ausgesichert und hat Fortbildungen zur „industriefreien Zone“ erklärt.

### TITELTHEMA

- 22 Ärzte haben das letzte Wort**  
Korruptionsexperten wollen Ärztefortbildungen zur „industriefreien Zone“ erklären

### NEWS

- 6 Bestandsmarktaufruf geht weiter
- 8 Praxis-Werbung gewinnt an Bedeutung
- 8 Hexal schlägt Pollenalarm
- 9 TV-Spot des Monats ‚Wenn’s weh tut‘
- 9 Razorfish Healthware etabliert sich

### MÄRKTE+UNTERNEHMEN

- 12 **Großes Geschäft mit kleinen Bürsten**  
Der Markt der Interdentalbürsten wächst zweistellig
- 16 **Wider die Stagnation**  
Digestiva verhelfen dem OTC-Markt zu einem kleinen Aufwind

### 19 Medizinische Diagnose im Netz

Micro-Trends: Die virtuelle Sprechstunde erspart Patienten den Besuch in der Praxis

### 20 OTC-Schlankheitsmittel weiter nachgefragt

Rx-Präparate entwickeln sich rückläufig, rezeptfreie Produkte nicht – so eine IMS Health-Analyse

### KOMMUNIKATION+AGENTUREN

#### 22 Ärzte haben das letzte Wort

Korruptionsexperten wollen Ärztefortbildungen zur „industriefreien Zone“ erklären

#### 30 iPad überzeugt im Verkaufsgespräch

Der Einsatz digitaler Medien kann den emotionalen Stil des Pharmareferenten beeinflussen

#### 32 Wie Medical Education digitalisiert wird

Hersteller müssen sich dem technischen Fortschritt nicht um jeden Preis unterwerfen

#### 36 Vorsicht bei nicht hinreichend belegten Studienergebnissen

Rechtsanwalt Dr. Cord Willhöft erörtert einen Aspekt zur unzulässigen irreführenden Werbung



© contrastwerkstatt - Fotolia

**12 Großes Geschäft mit kleinen Bürsten**

Der Markt der Interdentalbürsten wächst zweistellig. Marken wie TePe und Curaprox frischen ihren werblichen Auftritt auf.

**43 Das OTC-Marketing wird smart**

Smart TV und Second Screen sind zwei neue Trends, die die Medienwelt radikal verändern. Pharmafirmen brauchen eine Digitalstrategie.

**38 Schwarz & Bold mit Schnellstart**

2011 entstand aus Maxmedia und pol 48/10 die Agentur Schwarz & Bold. Sie beschäftigt mittlerweile 16 Mitarbeiter

**40 Eine gute Zeile kostet auch nicht mehr**

Alexander Mägdefessel und Stefanie Dürnberger vom GWA Healthcare Forum schreiben darüber, wie gute Werbung entsteht

**MEDIEN+INTERNET**

**43 Das OTC-Marketing wird smart**

Smart TV setzt sich immer mehr durch, OTC-Hersteller brauchen eine Digitalstrategie

**48 Print-Geflüster in sozialen Medien**

Wie neue (Gesundheits)-Titel schon in der Startphase von Social Media profitieren

**51 Social Media-Index VIRA: Accu-Check und Thermacare unter Beobachtung**

Accu-Check von Roche ist vor allem auf Facebook aktiv, Pfizers Wärmepflaster Thermacare auf Facebook und YouTube

**52 Biermann lädt zur Online-Vorlesung**

Der Kölner Biermann Medizin Verlag will seinen Digitalumsatz in 2013 mehr als verdoppeln

**54 Das Diabetes-Web verstehen**

Wie sich Social Media für eine Digitalstrategie nutzen lässt, erläutern die Autoren von linkfluence

**Porträt**

**56 „Zur Medizin gekommen, wie Maria zum Kinde“**

Die PR-Expertin Barbara Steinberg baut die Healthcare-Unit bei Burson-Marsteller neu auf

**RUBRIKEN**

03 Editorial

58 Termine

59 Vorschau/Impressum