



© Jan Schuler - Forolia

14 Parteiencheck vor der Wahl

In rund 120 Tagen ist Bundestagswahl und fast alle Parteien haben ihr Wahlprogramm für die neue Legislaturperiode vorgelegt.

Ein Vergleich der Themen zeigt, wofür die unterschiedlichen Lager antreten und welche Rolle die Gesundheitspolitik im Wahlkampf spielen könnte.

Unser Parteiencheck zeigt, was Arzneimittelindustrie, Medizintechnik-Hersteller, Kassen, Heilberufe und Patienten erwartet, wo Schwerpunkte, Unterschiede und Schnittmengen in den Programmen liegen.

TITELTHEMA

14 Parteiencheck vor der Wahl

Gesundheitspolitik im Überblick – wofür die Lager antreten

NEWS

8 Bauer und Post starten Vermarktungsallianz

8 Zwei Branchenriesen verbünden sich

10 Bayer kauft Steigerwald

MÄRKTE+UNTERNEHMEN

14 Gesundheitspolitik nimmt Kurs auf

Mit welchen Programmen die Parteien antreten

18 Mit Sicherheit in unsichere Zeiten

Zukunftsforscher Oliver Leisse von See More gibt Tipps für kommende Geschäftsmodelle

24 „Wenn nicht wir, wer dann?“

Alpro in Düsseldorf, ein Hersteller von Food auf Sojabasis, erweitert sein Sortiment

26 Faktencheck: (Anti)korruption im Arzneimittelmarkt

Zahlen und Fakten im Überblick

28 Verordnungen mit Nebenwirkung

PwC-Studie konstatiert Pharmaunternehmen Nachholbedarf bei der Compliance

29 Streitfrage: Stellt die PwC-Studie die Pharmabranche zu Unrecht in ein schlechtes Licht?

FSA-Chef Holger Diener und Wirtschaftskorruptionsexperte Steffen Salvenmoser von PwC beziehen Position

30 Werbung für Medizinprodukte – mit Recht!

Medizinanwalt Jens Pätzold plädiert für schärfere Gesetze, die Korruption bei Ärzten & Co. regeln

32 Ärzte übersehen Chancen im Marketing

Warum Mediziner zu zaghaft Werbung nutzen, erläutert Klaus-Dieter Thill von IFABS

34 Wettbewerb smart beobachten

Mit Smartphones in kürzester Zeit Ärzteamfragen realisieren, Max Czycholl von Research Now sagt, wie das geht

35 Technische Lösungen im Alter

Wie Roboter und Rollstühle die Pflege erleichtern

■ KOMMUNIKATION+AGENTUREN

36 Pixelpark stärkt Pharma

Kölner Internetagentur Pixelpark übernimmt Kunden und Führungsleute von Publicis Life Brands

38 JNB McCann legt „erheblich“ zu

JNB McCann gewinnt Neugeschäft – ohne sich über den Comprix Award zu profilieren

40 Vom Modebegriff zum Geschäftsmodell

PR-Agenturen stehen bei Content Marketing im Wettbewerb mit vielen anderen Dienstleistern

44 Wie wichtig ist Content Marketing?

Eine Umfrage unter PR-Agenturen bestätigt die strategische Bedeutung von Content Marketing

46 fischerAppelt und MCG wieder spitze

„Pfeffers PR-Ranking“ zeigt die umsatzstärksten PR-Agenturen im Healthcare-Sektor



18 Mit Sicherheit in unsichere Zeiten

Oliver Leisse, Geschäftsführer von See More, über die neuen Erwartungen der Verbraucher, und was Unternehmen daraus lernen können.

das beste noch besser

www.sp-hl.com/kreationen





© Alexander Raths - Fotolia



26 Faktencheck: Korruption bei Ärzten

Die Diskussion um Schmiergelder im Gesundheitsmarkt ebbt nicht ab. Experten fordern mehr „Korruptionsprävention“ in Firmen.

70 „Wissen noch zu wenig voneinander“

Birgit Fischer, seit zwei Jahren vfa-Hauptgeschäftsführerin, zieht gegenüber ‚Healthcare Marketing‘ eine positive Zwischenbilanz.

48 PR als Stakeholder-Management

Zehn Gründe, warum es sich für Pharmafirmen lohnt, in PR zu investieren

52 Was Friseure und Apotheker gemein haben

Über Local Branding für Apotheken schreibt Regina Paetel vom GWA Healthcare Forum

56 Best Practice: SOS: ellaOne und die Folgen

Die Agentur Peix präsentiert ihre neue Kampagne zur Notfallpille ellaOne von HRA

MEDIEN+INTERNET

58 „Stell dir vor, es ist App und keiner geht hin“

Die Schattauer-Chefs Bertram und Haaf sagen im Interview, worauf sie im Digital-Business achten

61 Newcomer-Marketing hat es schwer

Beim Abo-Marketing neuer Publikumszeitschriften warten viele Verlage aus Kostengründen erstmal ab

64 „Ein Abo muss sich wieder lohnen“

Jens Lönneker vom rheingold salon plädiert für wieder mehr Wertschätzung der Abonnenten

66 Medizin goes Online: Arzt und Patient 2.0

Ipsos-Marktforscher über die Folgen von ‚Dr. Google‘ in der Arztkommunikation

68 Vira-Index: Healthvault von Microsoft

Was die Online-Plattform für Patientenakten mit Social Media zu tun hat

■ Porträt

70 „Wissen noch viel zu wenig voneinander“

Birgit Fischer vom vfa will den Dialog mit den Akteuren im Gesundheitsmarkt voranbringen

■ RUBRIKEN

03 Editorial

74 Termine

75 Vorschau/Impressum

‚Healthcare Marketing‘ ist eine Beilage vom COMPRX beigelegt. Wir bitten um Beachtung.