

MÄRKTE+UNTERNEHMEN

- 10 Titel: Das gekaufte Pharmaherz
- 14 Mehr als nur Telefonieren
Healthcare-Branche stellt hohe Erwartungen an die CallCenterWorld
- 17 Gesundes zum Greifen nah
Ambient-Touchpoints liegen im Trend

KOMMUNIKATION+AGENTUREN

- 18 Spagat der Werber
- 20 Einzigartige Diversifizierung
JNB-Agenturgruppe wächst auf mehr als 130 Mitarbeiter. Speziell Online wird ausgebaut
- 24 Arztkommunikation: Suche nach den Minuten im Fingerabdruck
Gastbeitrag von Andreas Kindler, Ogilvy Healthworld

MEDIEN+INTERNET

- 26 Mit gebündelter Kraft aus der Krise
Medizinische Fachverlage müssen sparen und verschlanken ihr Management
- 28 Pillen-Wirrwarr in Programmies
Etablierte Titel verteidigen ihre starke Position gegen Billigheimer

PORTRÄT

- 32 Sprung ins kalte Wasser

RUBRIKEN

- 03 Editorial
- 06 News
- 34 Termine
- 35 Vorschau/Impressum



10 Titel: Das gekaufte Pharmaherz

Der Beruf des Pharmaberaters ist im Wandel. Doch auf seine neue Aufgabe als Markenbotschafter ist er in den letzten Jahren nur unzureichend vorbereitet worden. Ein Exkurs in die Soziologie deckt die geforderte ‚Gefühlsarbeit‘ von Pharmareferenten auf.



18 Spagat der Werber

Agenturen müssen dem Gesundheitsmarkt mit einem System von Spezialisten begegnen, weil die Aufgaben differenzierter werden. Zudem rücken Non-Rx-Produkte in den Fokus. Bei Gesundheitsmitteln und OTC-Arzneien schlummern noch am ehesten künftige Aufgaben.



32 Sprung ins kalte Wasser

Unfreiwillig begab sich Norbert Braun, 58, vor rund 20 Jahren in die Selbständigkeit. Mit ein paar mittelprächtigen Produkten startete der heutige Chef der Riemser Arzneimittel AG seine unternehmerische Karriere. Im Laufe des Jahres wird er sich als CEO zurückziehen.