

HEALTHCARE-MARKT

- 10 **Tauziehen um Rabattverträge**
Zielpreismodell von Apothekern erhält neue Chance
- 14 **Werbung nimmt Best Ager ernst**
- 18 **Full-Service-Agentur mit Doc an Board**
Isgro-Gesundheitskommunikation gewinnt vier Neukunden und wächst auf zwölf Leute

TITELTHEMA

- 20 **The Show must go on**
- 26 **Best Practice**
Angela Liedler stellt Veranstaltungsreihe ‚Depression‘ von Boehringer Ingelheim und Lilly Deutschland vor

MEDIEN

- 28 **Apothekerpresse legt Finger in die Wunde**
Verlage treten als wachsame Mahner auf und freuen sich über ein erfolgreiches Anzeigenjahr 2007

PORTRÄT

- 32 **„Löse das Problem deiner Kunden“**
‚rtv‘-Chef Matthias Schönwandt im Gespräch

RUBRIKEN

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

Bitte beachten Sie: Dieser Ausgabe ist eine Beilage der new performance Werbeagentur GmbH und der Ogilvy Healthworld GmbH beigelegt.



14 Werbung nimmt Best Ager ernst

Die Industrie zeigt große Unsicherheit bei der Ansprache der Altersklasse 50plus. Unbestritten ist ihre Kaufkraft. Wirtschaft und Werbung setzen zunehmend auf diesen Wachstumsmarkt.



20 The Show must go on

Die Freiwillige Selbstkontrolle Arzneimittelindustrie (FSA) kündigt an, ihre Richtlinien zu verschärfen. Diesen gerecht zu werden, stellt für Event-Agenturen eine Herausforderung dar. Sie müssen wissenschaftlich, aber trotzdem interessant daherkommen.



32 „Löse das Problem deiner Kunden“

Matthias Schönwandt, seit rund sechs Jahren Geschäftsführer beim Deutschen Supplement Verlag (‚rtv‘), reagiert auf die redaktionellen Anfragen seiner Anzeigenkunden aus der Gesundheitsbranche. Ab 2009 wird ‚rtv‘ um regelmäßige Healthcare-Specials erweitert.