



© Minerva Studio - Fotolia.com

14 OTC-Werbetrends 2016

Die Voraussetzungen fürs OTC-Geschäft 2016 sind gut. Umsatzzahlen und Ergebnisse der Käufermarktstudie ‚b4p Pharma 2015‘ illustrieren einen nachhaltigen Trend zur Selbstmedikation.

Eine Umfrage unter Geschäftsführern und Marketingdirektoren der OTC-Industrie präsentiert die strategischen Perspektiven von Unternehmen wie Hermes Arzneimittel und Aliud Pharma.

Wohin geht der OTC-Marketingtrend? Überwiegt Markenführung oder Preiswettbewerb? Wie viel Emotionalisierung ist sinnvoll?

TITELTHEMA

14 OTC-Werbetrends 2016

Industrie-Entscheider befragt zu Markenführung, Preis etc. Auch im Blick: die Studie ‚b4p Pharma‘

32 Technologie befeuert Kommunikation

Kommunikation wird jeden Tag digitaler und schneller

NEWS

10 TBWA übernimmt CDM-Kunden

10 Ascensia Diabetes Care gestartet

11 Agentur Peix startet neue Vertriebs-Unit

MÄRKTE

14 OTC-Werbetrends: Wachstum bleibt stark

Entscheider-Umfrage zu Marketingstrategien 2016 sowie Studiendaten zum OTC-Kaufverhalten

22 Öko-Anfänger sollen bewusst konsumieren

Interview mit Meike Gebhard, Chefin von Utopia.de, einer Plattform für nachhaltigen Lebensstil

24 Neue Wirklichkeit webbasierter Patientendienste

Digitale Healthcare-Start-ups haben mit den traditionellen Strukturen im Gesundheitsmarkt zu kämpfen

27 Mit Speick-Naturkosmetik gegen Zeitschäden

Die Marke ist den Standards ihrer anthroposophischen Herkunft seit 1928 treu geblieben

30 Micro-Trends rund um Zähne

Smartphone-App analysiert Zähne anhand von Apfelbissen

KOMMUNIKATION

32 Technologie befeuert Kommunikation

Kommunikation wird jeden Tag digitaler und schneller

45 Lead-Agenturen in Zeiten der Digitalisierung

Ursula Schmitz von Selinka/Schmitz über den Wandel der Anforderungen an Agenturen

46 „Mit Kampagnen überraschen“

Dr. Thomas Höppner, Marketingchef bei G. Pohl Boskamp, über seine Marketingstrategie



© ra2 studio - Fotolia.com



32 Technologie befeuert Kommunikation

Die Kommunikation wird jeden Tag digitaler und schneller. Agenturen stecken in einem Wandel, der sich in nie dagewesener Geschwindigkeit vollzieht.

56 Experimentelle Vielfalt

Mehr als zehn neue Gesundheitstitel sind 2015 erschienen, neben originellen Zeitschriften-Neukreationen auch viele Sonderhefte etablierter Printmarken.

48 Kontrast – keine klassische Healthcare-Agentur

Kontrast Communication Services – eine stille, aber große Agentur – baut ihren Pharmabereich aus

52 Multi-Channel-Marketing – nur ein Buzzword?

Dieser Frage gehen Jörg Kohler und Thomas Gladisch, beide McCann Health, im GWA-Beitrag nach

MEDIEN

56 Gesundheitsmagazine boomen

Überblick über die immer zahlreicheren Zeitschriften mit Auflagedaten und inhaltlichen Ausrichtungen

60 Kliniken und Arztpraxen als Marke

Ein Gastbeitrag von Dr. Stefan Gröner, Fresenius

64 ‚Zeit Doctor‘ setzt auf eigenen Stil

Redaktionsleiterin Wüstenhagen im Interview

66 Digitales Nutzungsverhalten von Ärzten

Studie von MaritzCX zur Rolle des WWW für Ärzte

70 Multichannel-Kommunikation mit Ärzten

Die mediale Standortbestimmung von Ärzten, ein Gastbeitrag von LA-Med-Vorstand Christina Obertanner

72 Im Social Web und im Leben braucht es Helden

Best Practice von Profilverwerkstatt für Bauerfeind

KARRIERE

74 Köpfe-News

Andreas Arntzen CEO bei Wort & Bild, Clemens Kaiser neuer ‚Country Chair‘ Sanofi Dtl., u.a.

78 Der Macher: Friedrich Neukirch

Friedrich Neukirch, langjähriger Chef der Klosterfrau Healthcare Group, hat das Unternehmen verlassen

80 Qualitätsmanagement und Effizienz

Hamburg Center for Health Economics untersucht die Effizienz von Kliniken nach ihren Zertifizierungen

RUBRIKEN

03 Editorial

13 Termine

82 Vorschau/Impressum