

esPresso



Die Business-to-Business Information der FOCUS Magazin Verlag GmbH

BRANCHENTICKER

Gesundheit im Trend

Der Markt der Gesundheit wächst und wird vielfältiger. Neben Arzneimittel treten Mittel zur Prävention, aber auch Fitness- und Wellnessangebote. Die Verbraucher werden selbstständiger, da die Einsicht in die persönliche Verantwortung für die eigene Gesundheit zunimmt.



MARKT WELTWEIT

Der internationale Trend in der Pharmabranche ist positiv. Um neun Prozent ist der Absatz von Pharmaprodukten laut IMS Health 2003 weltweit gestiegen. Er liegt bei 481,8 Mrd. Dollar. Gründe für diese Entwicklung sind die immer älter werdende Bevölkerung in den Industrienationen und die Einführung neuer Medikamente in den Märkten Nordamerika, Europa und Japan.

GESUNDHEITSREFORM

Die Gesundheitsreform macht sich bemerkbar: im ersten Quartal 2004 nahmen die Krankenkassen rund 950 Mio. Euro mehr ein, als sie ausgeben mussten. Insbesondere die steigenden Beiträge der Rentner spülten ihnen mehr Geld in die Kassen. An unnötigen Leistungen

konnten allerdings nur zehn Prozent gespart werden, so CSU-Gesundheitsexperte Horst Seehofer. Für Medikamente gaben die Kassen Anfang 2004 laut FOCUS 15,5 Prozent weniger aus, für Arztkosten 4,5 Prozent weniger. Häufig müssen die Versicherten diese Leistungen jetzt aus eigener Tasche bezahlen.

NEUE VERTRIEBSWEGE

dm steigt als erste deutsche Drogeriekette in den Medikamentenhandel ein. In Kooperation mit der niederländischen Internet-Apotheke „Europa Apotheek Venlo“ können die Kunden ihre rezeptfreien oder verschreibungspflichtigen Medikamente in den dm-Märkten bestellen und abholen. Damit beschreitet dm einen anderen Weg als beispielsweise KarstadtQuelle. Der Kaufhaus-Konzern setzt zusammen mit dem Portal Mycare.de auf die reine Onlinebestellung. Hier muss der Kunde sein Rezept einschicken, die Versendung der Medikamente erfolgt auf dem Postweg.

MARKT FÜR GENERIKA

Die Hersteller von Generika erzielen in verschiedenen Märkten bis zu zweistellige Zuwachsraten. Da bei herkömmlichen Pillen inzwischen ein starker Wettbewerb auf dem Markt herrscht, werden vor allem die Spezialisten attraktiv. So kaufte z.B. zuletzt die Novartis-Tochter Sandoz den Hersteller Sabex, der auf Injektions-Medikamente spezialisiert ist. Davor hatte bereits die Teva ihr Angebot um die „Injectibles“ der Firma Sior erweitert. Der Markt gerät also in Bewegung. Experten erwarten eine weitere Konsolidierung.

GESUNDE EUROPÄER?

Europäer leben gesund. Durchschnittlich 81 Prozent halten ihre Lebensweise für gesund. Das ergab eine Studie der Europäischen Kommission. Spanien und Franzosen liegen dabei an der Spitze der Gesundheitsbewegung. Die Griechen halten wenig von gesunder Lebensweise. Auch Sport ist im Mutterland der Olympiade nicht beliebt. Nur 19 Prozent der Griechen treiben mindestens zweimal pro Woche Sport. In Österreich, Finnland und Luxemburg tun das rund drei Viertel. Die durchschnittlich gesundheitsbewussten Deutschen halten, ähnlich wie die Griechen, nicht wirklich viel von sportlicher Ertüchtigung. Sie setzen wie die Spanier, Finnen und Schweden auf ausgewogene Ernährung, etwas, wovon Italiener überhaupt nichts halten.



Anteil der gesundheitsbewussten Bevölkerung

Angaben in %	Gesunde Lebensweise	Ausgew. Ernährung	2x/Woche Sport
Spanien	89	80	41
Frankreich	88	82	47
Irland	86	86	65
Belgien	84	81	30
Österreich	83	83	41
Portugal	82	59	24
Deutschland	81	80	28
Luxemburg	80	77	78
Dänemark	79	84	55
Großbritannien	79	78	57
Finnland	78	80	76
Schweden	78	80	58
Niederlande	75	77	56
Italien	74	48	27
Griechenland	64	70	19
EU (15) gesamt	81	74	40

Quelle: Eurobarometer/Eurostat Statistiken zur Gesundheit, Eckdaten 2002 von März 2004

FOCUS-ÄRZTELISTE

FOCUS bietet Verbrauchern News to use für ihre Gesundheit

Fundiert recherchiert das Team von FOCUS-Daten die FOCUS-Ärzteliste als Wegweiser zu Top-Medizinern. Zusammen mit der Berichterstattung zum Thema Gesundheit entstehen so mediale Communities im Health-Markt.

Wer heute krank wird, hat die Auswahl unter Ärzten mit vielfältigsten Spezialisierungen. Für den einzelnen Patienten macht dieses große Angebot die Auswahl nicht leichter. Welcher Arzt ist genau der Richtige für meine Beschwerden? Wer hat sich schon in seinem Fachgebiet einen guten Namen erworben? Und welcher Spezialist praktiziert in meiner Nähe? Unabhängige Daten sind gefragt, die den Patienten durch das Dickicht der medizinischen Versorgung führen.

Seit 1993 gibt es deshalb die große FOCUS-Ärzteliste. Zunächst als Serie im Heft gestartet, entwickelte sich dieses Projekt schnell zu einer in Deutschland einzigartigen Datenbank für nahezu alle wichtigen Bereiche der Medizin. Dabei wurde immer großer Wert auf Unabhängigkeit in der Recherche gelegt. Die Daten für die Ärztelisten kommen aus verschiedenen Quellen. Das Beispiel der „Ärzteliste Knie“ macht die komplexe Vorgehensweise deutlich:

- **Arzt-Empfehlungen:** Über 1 000 Klinikchefs und Oberärzte sowie niedergelassene Mediziner aus Orthopädie und Unfallchirurgie gaben in schriftlichen und telefonischen Interviews ihr Votum für empfehlenswerte Kollegen ab. Dokumentiert ist, wer als praktizierender Arzt wegen seines medizinischen Könnens von seinen Kollegen empfohlen wurde.
- **Patienten-Empfehlungen:** Selbsthilfegruppen mit orthopädischem Schwerpunkt und zahlreiche Sportverbände berichteten über ihre Erfahrungen mit Ärzten.
- **Publikationen:** Für jeden Arzt wurde die Zahl seiner Veröffentlichungen der vergangenen fünf Jahre erfasst, die in der internationalen Medizindatenbank PubMed aufgenommen sind.
- **Arztinformationen:** In einem detaillierten Fragebogen nannten die Mediziner ihre Spezialisierungen auf dem Gebiet der Kniegelenkbehandlung und in weiteren Bereichen der Orthopädie.

- **Behandlungsspektrum:** Die Ärzte gaben an, ob sie die ausgewählten Eingriffe vornehmen. Bei einzelnen Eingriffen wird gesagt, ob sie besonders häufig durchgeführt werden.

Diese umfassenden Daten der großen FOCUS-Ärzteliste wurden von Anfang an nicht nur im Heft selbst, sondern auch in Buchform veröffentlicht. Ab 19. Juli 2004 werden die Informationen über Ärzte und ihre Spezialgebiete FOCUS- und FOCUS-MONEY-Abonnenten in einem geschlossenen Bereich kostenlos online zur Verfügung stehen. Innerhalb des Portals **FOCUS Abo & more** können die User erstmals in der Ärzteliste nach Spezialgebieten, Namen oder Postleitzahlen recherchieren. Die Vorteile gegenüber Print: Die Darstellung vieler Ärzte in ausführlichen Porträts und die Aktualität der Informationen. Die Daten werden permanent gepflegt. In einem nächsten Schritt soll diese umfangreiche Datenbank Usern von FOCUS Online kostenpflichtig angeboten werden.



GESUNDHEITSTHEMEN ÜBERZEUGEN

Knackpunkt Knie

Die FOCUS-Titel „Patient Knie“ setzte neue Maßstäbe

Millionen Menschen in Deutschland haben den gleichen „wunden Punkt“: das Kniegelenk. Diesem Thema widmete FOCUS eine umfassende Reportage inklusive Ärzteliste. Wie gefragt Health-Themen in FOCUS sind, zeigt die Auflage von „Patient Knie“ mit 913 000 verkauften Exemplaren.

FOCUS-FAXABRUF

Gesundheits-Fakten auf Abruf

FOCUS bietet Patienten mit seinem Faxabruf-Service die Möglichkeit, auf schnellstem Wege zu wichtigen Informationen zu gelangen. Ausgewiesene Spezialisten für unterschiedliche Fachrichtungen schreiben hier für Patienten. 20 Themenbereiche und 58 Einzelthemen auf 358 Seiten lassen kaum eine Frage offen.

Die Themenbereiche sind:

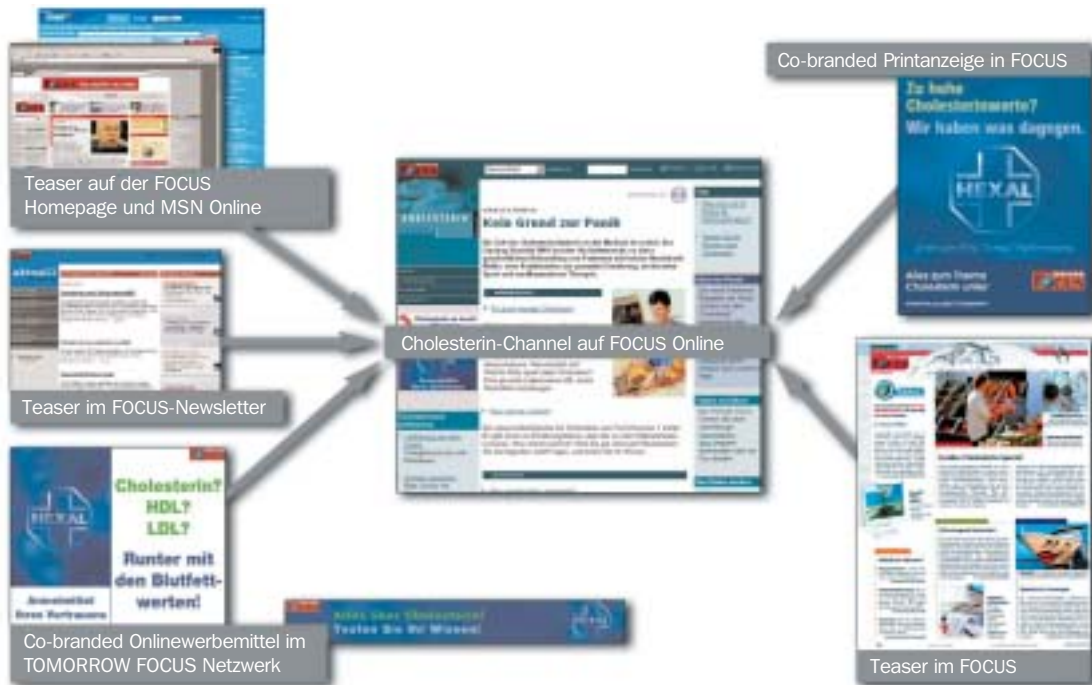
- Bänder und Gelenke
- Essstörungen
- Fitness
- Fortpflanzungsmedizin
- Hals, Nase und Ohren
- Herz und Kreislauf
- Infektionserkrankungen
- Krebserkrankungen
- Magen und Darm
- Neurologische Erkrankungen
- Psychische Erkrankungen
- Psychologie
- Reisemedizin
- Rheumatische Erkrankungen
- Schilddrüse
- Service

- Stoffwechsel
- Wellness
- Ärztelisten



HEXAL AG

Case Study TOMORROW FOCUS AG



Die HEXAL AG, einer der international führenden Hersteller von Generika und innovativen Pharmazeutika, hat mit der TOMORROW FOCUS AG eine umfangreiche Kooperation zur Cholesterin-Aufklärung durchgeführt. Die Kombination aus Print-Anzeigen in den Magazinen FOCUS und FIT FOR FUN, einem umfassenden Online-Special auf FOCUS Online und einer redaktionellen Microsite auf FIT FOR FUN sollte das Bewusstsein rund um den Risikofaktor Cholesterin verbessern. Im Rahmen dieser Launchkampagne sollte der Cholesterin-Lenker Simva HEXAL im Einklang mit dem Werbemittelheilgesetz vorgestellt werden. Ziel war auch, mit der dreimonatigen Kampagne das Wissen um moderne Arzneimittel und die Bekanntheit von HEXAL als Anbieter von Generika zu steigern.

Die Ergebnisse der Kampagne waren mehr als beeindruckend: Insgesamt erreichte der Cholesterin-Channel auf FOCUS Online über 2,25 Mio. PageImpressions mit durchschnittlich 155 000 Clicks pro Woche. Dazu wurden 9,2 Mio. AdImpressions ausgeliefert. Über die Printschaltungen in FOCUS und FIT FOR FUN wurden über 9,4 Mio. Nettokontakte erreicht. Zusätzlich wurden über die Website rund 5 000 Patientenbroschüren zum Thema „Runter mit dem Cholesterin“

abgerufen. Ein toller Erfolg. Parallel zur Kampagne von HEXAL führte die TOMORROW FOCUS AG eine Marktforschungsstudie durch, die zeigte, dass sich gerade durch den Einsatz des Mediums Internet ein eindeutiger Mehrwert für den Werbekunden erzielen lässt.

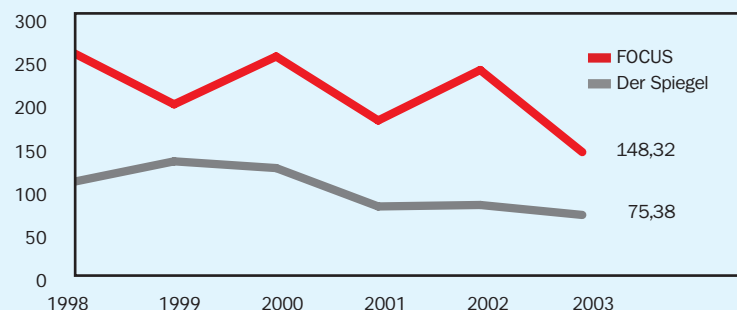
So schätzten vor allem die Besucher des redaktionellen Specials die Marke HEXAL als weitaus vertrauenswürdiger und qualitativ hochwertiger ein, als Personen ohne Kampagnen-Kontakt. Zudem wurde ermittelt, dass gerade diese Personen ein deutlich höheres Kauf- und Informationsinteresse zeigten: demnach

wollen sich rund 20 Prozent ein Medikament von HEXAL kaufen und 15 Prozent ein Medikament verschreiben lassen.

Fazit: Es bleibt festzuhalten, dass die Hinführung auf den Cholesterin-Channel über Printanzeigen und diverse Online-Platzierungen im gemeinsamen Netzwerk von MSN und TOMORROW FOCUS eine der erfolgreichsten Crossmedia-Kampagnen darstellt. Mit rund 2,3 Mio. PageImpressions konnte innerhalb von drei Monaten Deutschlands redaktionell größtes Cholesterin-Angebot aufgebaut werden.

GESUNDHEIT UND PSYCHOLOGIE

Themenanteil an Gesamtedaktion (in Seiten)



Quelle: CARAT Content-Monitor

Gesundheit im **FOCUS**: Ein Top-Umfeld für Werbungtreibende im Health-Markt.

MARKTANALYSEN UND NEWS TO USE

FOCUS-Fakten machen Marktstrategen und Patienten fit

Insgesamt 63 Prozent der Bundesbürger achten heute mehr auf ihre Gesundheit als noch vor fünf Jahren. Davon profitieren etwa die Apotheken, die seit Mitte der 90er Jahre fast in jedem Jahr ein Umsatzplus von fünf bis sieben Prozent verbuchen. Die pharmazeutische Industrie reagiert auf das ständig steigende Gesundheitsbewusstsein mit gezielten Werbekampagnen. Mehr über diese Entwicklung und andere Trends erfahren Sie in der FOCUS-Marktanalyse „Der Markt der Gesundheit“.

Der höhere Stellenwert von Gesundheit und Schönheit kurbelt die Märkte für Fitness und Wellness an. Neue Lifestyle- und Beauty-Produkte wenden sich an den körperbewussten Verbraucher. Drei Viertel der 14- bis 64-Jährigen möchten auch im Alter möglichst jung aussehen. Insbesondere Frauen übernehmen eine Vor-

reiterrolle in der Wellness-Bewegung. Mit der FOCUS-Analyse „Der Markt für Fitness und Wellness“ erhalten Sie alle wichtigen Daten und Fakten zu diesem Thema.

Diese und weitere Analysen können Sie unter www.medialine.de/marktanalysen kostenlos online downloaden.



Die große Ärzte-Liste weist auf 160

Seiten 1 200 Spezialisten aus 69 Fachgebieten aus und ist damit die größte Sammlung dieser Art. Sie ermöglicht es den Patienten, individuell und fundiert die richtige Wahl für ihre Gesundheit zu treffen.

Krankenversicherung 2004/2005 informiert umfassend über Anbieter, Tarife, gesetzliche Neuregelungen, Leistungsunterschiede u. v. m. Der FOCUS-Ratgeber bietet allen Interessierten die entscheidenden Informationen für die richtige Versicherung.

LESEVERHALTEN

Viel Zeit zum Lesen im Wartezimmer

Patienten warten durchschnittlich 48 Minuten beim Arzt im Wartezimmer – 33 Millionen Bundesbürger lesen dabei Zeitschriften.



Lesen bis der Arzt kommt!

Bei Allgemeinmedizinern beträgt die durchschnittliche Wartezeit sogar 56 Minuten und bei Praktischen Ärzten sind es 64 Minuten. Das ergab eine aktuelle Studie des Instituts für betriebswirtschaftliche Analysen, Beratung und Strategie-Entwicklung (IFABS).

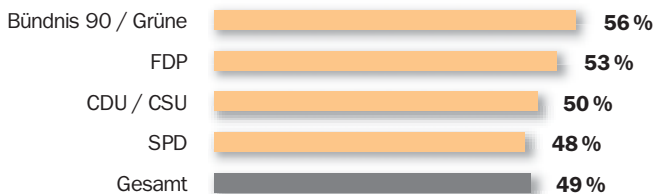
FOCUSSIERT

GESUNDHEITSBEWUSSTSEIN BEI PARTEISYMPATHISANTEN

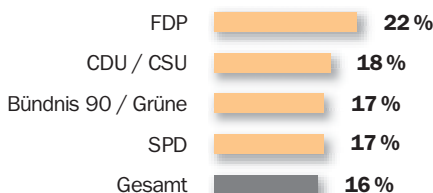
Die Grünen: von der Bewegung zur bewegten Partei ... Sport ist nicht nur bei ihren Spitzenpolitikern beliebt, die Anhänger der Grünen

halten sich fit. Allerdings trainieren sie in ihrer Freizeit nicht für den Job. Auf die Karriere durch Sport setzen eher die ehrgeizigen Liberalen.

Sich regelmäßig körperlich zu betätigen ist für mich sehr wichtig*:



Meine Freizeit nutze ich auch dazu, mich durch Sport für den Beruf fit zu halten*:



* Ausprägung: Stimme voll und ganz/überwiegend zu
Zielgruppe: Gesamt (55,06 Mio.)
Quelle: Communication Networks 7.0

FOCUS Magazin Verlag GmbH, Verlagsltg./Anzeigenltg.
Arabellastraße 23, 81925 München
Tel: 0 89/92 50-24 39, E-Mail: anzeigen@focus.de

Verantwortlich: Dr. Anna Maria Deisenberg (V.i.S.d.P.)