



IDS GmbH • Serlesstraße 17-19 • 6040 Innsbruck
Österreichische Post AG
Informationsentgelt bezahlt

Editorial

Liebe Leserin, lieber Leser,

der Weg der medizinischen Information ist mitunter ein durchaus steiniger, denn in kaum einer Branche ist es so schwierig, mit Produktbotschaften dorthin zu gelangen, wo sie gehört werden sollen: zum Verbraucher. Zwischen dem Anbieter von Arzneimitteln – den pharmazeutischen Unternehmen – und dem Abnehmer – dem Patienten – befinden sich eine Reihe von Zielgruppen, die im klassischen Pharmamarketing hohe Priorität haben: der Arzt als Verschreibender, der Großhandel und der Apotheker als Vertriebspartner und die Krankenkassen als Zahler. Zu guter Letzt wird das komplexe Marktgefüge auch noch durch eine Reihe rechtlicher Vorschriften und Selbstverpflichtungen der Branche eingeschränkt.

Das ist auch gut so, denn Medikamente sind keine herkömmlichen Produkte wie Waschmittel oder Zahnpasta. Vor- und Nachteile des Konsums sind vorsichtig abzuwägen, individuelle Umstände müssen beachtet werden, und die Verschreibung erfordert medizinisches Know-how. Dennoch: Patienten haben ein Recht auf Information, geht es doch um ihre eigene Gesundheit! Und mündige Bürger müssen die Möglichkeit haben, selbst über das „Ausmaß“ der Information, die für sie zugänglich ist, zu entscheiden.

Neue Strategien und Instrumente im Pharmamarketing sind daher gefragt, die all die Steine am Weg der medizinischen Information zum Laien nicht als Hindernisse, sondern als Chancen erkennen. Für unser Unternehmen gilt das bereits. Daher ist gelungene Patientenkommunikation die Vision bei allen unseren Produktentwicklungen. Als weltweit größter Anbieter von Gesundheitsinformationen in Arztpraxen und Apotheken konzentriert sich IDS International mit maßgeschneiderten Kampagnen auf den Dialog mit Patienten und entwickelt laufend neue Angebote, damit das Pharmamarketing für die vielfältigen Chancen gerüstet ist!

Nutzen Sie mit uns diese Chancen!

Ihr Mag. Lars Tursky
Geschäftsführer IDS-Austria



Das Wartezimmer – der „Point of Interest“

20 Millionen Kontaktoptionen, 30 genormte Steckplätze in 2.000 heimischen Wartezimmern – das sind kurz und knapp die überzeugenden Fakten von WIS – dem Wartezimmerinformationssystem. Der attraktive Eyecatcher im Wartezimmer umfasst ein Set von genormten Boxen mit Platz für bis A5-formatige Patientenbroschüren. WIS kombiniert dabei eine Reihe von Vorteilen: leichter Zugriff, übersichtliche Ordnung und ein optimaler Mix aus Profit- und Non-Profit-Informationen. Das bestechendste Argument für WIS als Instrument im Pharmamarketing: Werbung ohne Streuverlust direkt beim Patienten! Unternehmen, die WIS als Werbeträger nutzen, erhalten regelmäßig einen qualitativen Entnahmereport, eine gemeinsam mit dem Gallup-Institut durchgeführte persönliche Befragung von Patienten und die Sicherheit, dass der Platz nie leer bleibt. Ein Außendienst mit 18 Mitarbeitern sorgt in rund 2.000 Arztpraxen dafür, dass über den gesamten Mietzeitraum laufend nachbestückt wird.

Inhalt

Gut zu wissen

Baby an Bord!

IDS macht Schluss mit dem Informationswildwuchs!

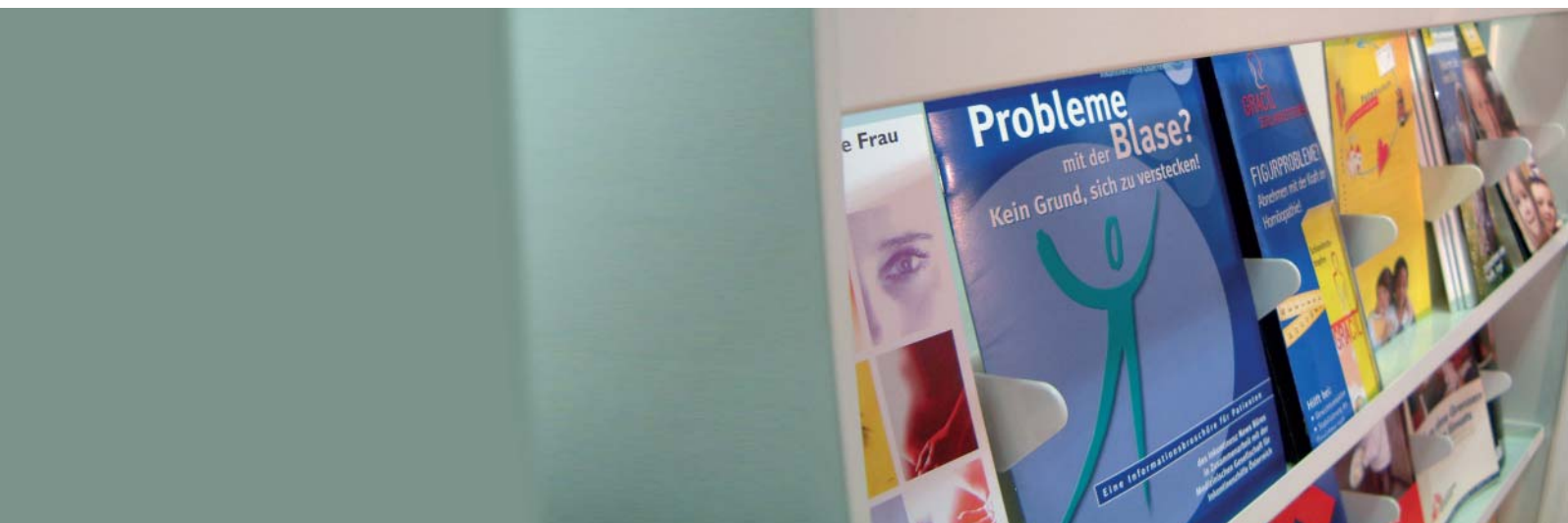
**Mediposter:
hochwertig und übersichtlich**

Doppelbelegung auf Grund hoher Nachfrage

**Schulterschluss von Print und Web:
Infobroschüren „just in time“**

Impressum

Herausgeber und für den Inhalt verantwortlich:
Lars Tursky, IDS GmbH
Serlesstraße 17-19, A-6040 Innsbruck
Tel.: +43 512 20 20 27
Internet: www.ids-international.info
E-Mail: office@ids-media.at





GESUNDHEIT MIT SPASSFAKTOR



Adipositas und ernährungsbedingte Erkrankungen im Kindesalter haben in den letzten Jahren alarmierend zugenommen. In Österreich sind nach Expertenschätzung rund 80.000 Kinder unter 15 Jahren fett-süchtig. Die Wiener Unternehmer Andreas Schwirtz und Stefan Hromas haben angesichts dieser dramatischen Tendenz ein Unterhaltungsformat entwickelt, das gesunde Ernährung nicht länger mit dem „erhobenen Zeigefinger“ verkauft, sondern dem Thema einen frischen und sympathischen Wandel an Image und Attraktivität verpasst. Das Ergebnis: die „Magic Veggies“, kindgerechte Gemüsefiguren mit lebensnahen und durchaus liebenswerten Charakterzügen,

gen, verpackt in Theaterstücken, Comics, Web-Spielen oder Kochbüchern. Macht Obst- und Gemüseessen bei Kindern wieder salonfähig!
Infos: www.magicveggies.com

DER AT.REPORT

Miteinander Reden steht hoch im Kurs – auch im Internet! Das belegt eine aktuelle Studie der österreichischen Domain-Registrierungsstelle nic.at zum Internetverhalten der Österreicher. Der primäre Nutzen des Internets steht für Österreichs User eindeutig fest: Sie wollen reden und stellen sich geradezu als „Kommunikations-Junkies“ heraus: 78,4 % nutzen das Internet zum Versenden von E-Mails und zum Chatten mit anderen Usern. Damit ist der kommunikative Nutzen des Internets der klare „Benefit Nr. 1“, weit vor Netbanking-Anwendungen (66,5 %), Recherchen (64,1 %), Shopping (57,9 %) oder Online-Spielen (29 %). Bei der mit dem Internet groß gewordenen Gruppe der 14- bis 19-Jährigen liegt dieser Wert sogar bei 84,1 %. Je jünger die User umso wichtiger ist das Internet also für den Austausch mit Freunden oder die Netzwerkpflege – ein deutliches Charakteristikum der Web 2.0 Generation!
Infos: www.nic.at

LACHEN IST DIE BESTE MEDIZIN



Dr. Eckart von Hirschhausen ist Mediziner und Komiker. Nicht weit hergeholt ist daher seine Idee, die Kommunikation zwischen Arzt und Patienten ein wenig aufs Korn zu nehmen. In einem „Sprachführer“ Arzt-Deutsch/Deutsch-Arzt (von Dr. med. Eckart von Hirschhausen, erschienen bei Langenscheidt, 3-468-73177-8) nimmt er eine Reihe von Dialogen genau unter die Lupe. Von A bis Z erfahren die Leser alles über Macht und Raffinesse der Götter in Weiß. Wer die Krankenhaushierarchie oder die versteckten Botschaften in Beipackzetteln kapiert, der steigert seine Chancen auf Gesundung enorm. Auf der Suche nach der richtigen Praxis beachte der Patient unbedingt die Zeitschriftenauswahl im Wartezimmer.

IDS macht Schluss mit dem Informationswildwuchs!

Das Wartezimmerinformationssystem (WIS) bietet die optimalen Rahmenbedingungen für eine Broschürenkampagne bei Patienten in der Arztordination. Täglich halten sich dort zehntausende Patienten im Schnitt rund 25 Minuten auf, sodass das Wartezimmer ein strategischer Punkt für die Kommunikation und Verbreitung von gesundheitlichen Informationen geworden ist. Werbende Unternehmen können diesen Umstand mit einer breiten Palette unterschiedlicher Instrumente nutzen, die IDS, weltweit einer der größten Anbieter von Gesundheitsinformationen über das Wartezimmer, auch bei Österreichs Ärzten bietet. Unter dem Motto „your direct contact with patients“ steht im Paketangebot mit WIS auch ein „Mediposter-System“ zur Verfügung.

MEDIPOSTER:

HOCHWERTIG UND ÜBERSICHTLICH
Ein Thema aus dem WIS-Regal wird hier in Posterform übersichtlich, kompakt und impactstark im A2-Format aufgearbeitet. Im Gegensatz zu bisherigen Anschlägen im Wartezimmer steckt dieses Poster in einem hochwertigen Rahmen, stellt den Informationscharakter in den Vordergrund und ist in der Ordination entsprechend gut platziert. Ein stabiles Klemmrahmensystem sorgt dafür, dass der hochwertige Charakter über längere Zeit erhalten bleibt, da das Poster nicht zerreißt oder unansehnlich wird. Ärzte schätzen die übersichtliche Präsentationsform im Gegensatz zum bisherigen Informationswildwuchs an den Ordinationswänden. Damit der Inhalt aktuell bleibt, erfolgt der Postertausch quartalsweise über den IDS-Außendienst. Wie sich bereits jetzt

zeigt, wird das Poster besonders häufig als Anlass für indikationsbezogene Fragen an den Arzt genutzt.

DOPPELBELEGUNG AUF GRUND HOHER NACHFRAGE

Bereits die Markteinführung von Mediposter im Vorjahr hat alle Erwartungen übertroffen. Anstelle des geplanten Testlaufs mit 100 Ordinationen wurden in nur wenigen Wochen schon 500 Wartezimmer mit dem Mediposter bestückt. Mittlerweile setzen 750 Allgemeinmediziner auf die praktische und übersichtliche Wartezimmerinformation. Auf Grund der anhaltend hohen Nachfrage hat sich IDS kurzerhand entschlossen, Ordinationen mit einem zweiten Klemmrahmen auszustatten, sodass weitere Buchungen für 2008 ab sofort möglich sind.

Schulterschluss von Print und Web: Infobroschüren „just in time“

Gesundheitsinformationen per Mausclick zu finden, bedeutet meist eine Irrfahrt in den unendlichen Weiten des World Wide Web. Zusätzlich taucht gerade im Zusammenhang mit medizinischen Informationen immer wieder die Frage nach der Qualität und dem Absender des Gebotenen auf – ein Problem, dass auf Grund von Offenlegungsvorschriften bei Printbroschüren nicht zur Diskussion steht. Ein neuer Service von IDS verbindet jetzt auf ungewöhnliche, aber sehr effiziente Weise beide Informationskanäle: per Mausclick haben Health Care Professionals die Möglichkeit, hochwertige Print-Broschüren zu verschiedenen Gesundheitsthemen zu bestellen. Auf www.patienten-broschuren.at stellt IDS damit ein praktisches Tool für Mediziner zur Verfügung.

GESUCHT UND GEFUNDEN

Mit Suchfunktionen nach Indikationen, Firmen oder Spezialgebieten können Broschüren als PDF zur Ansicht geladen werden. Die Bestellung und Lieferung erfolgt via Internet für Mediziner kostenlos in Paketbündeln zu 25 Stück. Damit werden auch jene Ordinationen mit einem Broschürens-service „on demand“ abgedeckt, die kein Wartezimmerinformationssystem installiert haben und dennoch für ihre Patienten themenspezifische Information zur Verfügung stellen möchten. Durch die automatisierte Nachbestückung ist der Platzbedarf in der Ordination gering und dennoch immer ausreichend Informationsmaterial auf Lager. Die Bewerbung der übergeordneten Broschürenplattform beim medizinischen Personal stellt sicher, dass Health

Care Professionals über kurz oder lang zur Bestellung ihrer Patientenbroschüren automatisch auf www.patienten-broschuren.at zugreifen werden und damit aufwendiges Suchen nach passender Information der Vergangenheit angehört.

Baby an Bord!

IDS bringt innovative Sonderwerbeform für Schwangere auf den Markt.

Entwickelt sich das Baby gesund? Wie oft soll es gefüttert werden? Wann kann abgestillt werden? Wie bekommen Babys einen Schlafrhythmus? – Viele Fragen beschäftigen junge Eltern in den ersten Lebenswochen des Sprösslings. Im Mittelpunkt zahlreicher Ratgeber und „Babypakete“ steht daher fast immer das Neugeborene und die Zeit nach der Geburt. IDS geht seit kurzem einen anderen Weg und nimmt erstmals schwangere Frauen – bevorzugt Erstgebärende – ins Visier.



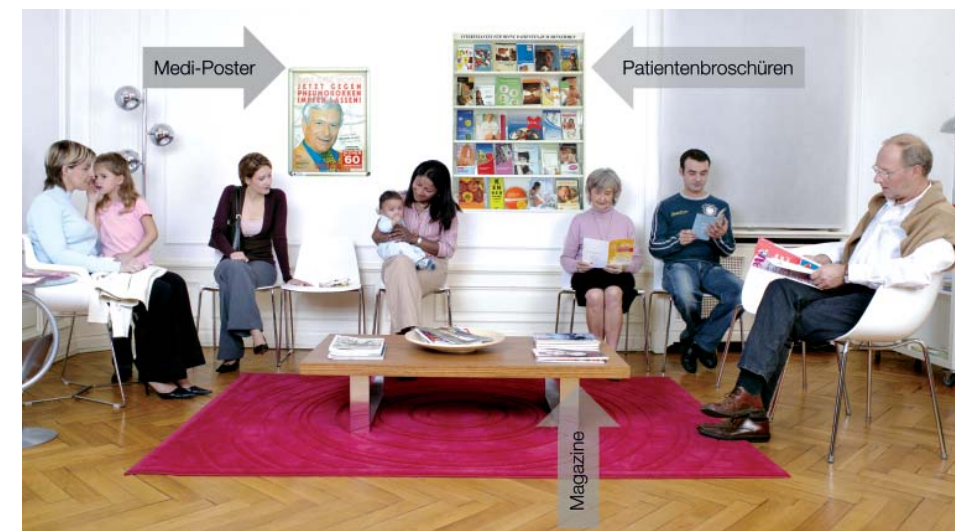
und Vitamine sowie medizinische Pflegeprodukte für die Zeit der Schwangerschaft – aber auch danach. Zusätzliches Plus: Das „Happy Mom“-Paket wird in einer hochwertig verarbeiteten Tasche mit eigenem Einschub für Ultraschallbilder oder den Mutter-Kind-Pass geliefert und wird so zum modischen Begleiter während der gesamten Schwangerschaft.

OHNE STREUVERLUST AN DIE PATIENTINNEN

Dass das Paket bei den Schwangeren überaus gut ankommt, beweisen die Ergebnisse

einer Gallup-Umfrage: 94 % finden das Vorsorgeset gut und freuen sich darüber, 91 % sehen es als tollen Service des behandelnden Arztes. Das Interesse ist naturgemäß an Themen wie Ernährung in der Schwangerschaft und Vermeidung von Risiken für Mutter und Kind besonders hoch. Als zentrale Informationsquellen – über den Arzt hinaus – werden neben dem Internet und Freunden vor allem Broschüren herangezogen.

Erste Auswertungen haben auch gezeigt, dass mehr als die Hälfte der Schwangeren den beprobten Produkten neun Monate hindurch treu bleibt und auch später gerne auf bekannte Marken zurückgreift oder diese auch weiter empfiehlt. Im heurigen Jahr wurden bereits 5.000 Exemplare von „Happy Mom“ von Gynäkologen direkt an Patientinnen verteilt. Für 2008 ist auf Grund der überaus positiven Resonanz die Verdoppelung der Auflage auf 10.000 Stück geplant. Streuverlustfreier können Produkte nicht an die Frau gebracht werden!



FACT BOX

Die Vorteile für den Health Care Professional auf einen Blick:

- Voransicht der Broschüren in pdf-Format
- Einfache und übersichtliche Auswahl
- verlässliche Information bekannter Absender
- Nur eine Plattform für ein breites Angebot an Broschüren
- aktuelles Informationsmaterial „just in time“
- verlässliche Information bekannter Absender
- Zusatzservice für Patienten
- praktische Zustellung
- keine Kosten

Die Vorteile für die Industrie:

- kein Aufwand mit Versand und Handling
- Bewerbung des vorhandenen Infomaterials erfolgt über die Broschürenplattform
- Broschürens-service unabhängig vom Wartezimmerinformationssystem buchbar
- regelmäßige Nachbestückung
- einfaches Auffinden auf einer zentralen Plattform
- erreicht alle Ärzte und Apotheker