

## PR auch für Pharma & Gesundheit

Die junge PR-Agentur Ofisher communication, aus Köln, hat sich neu ausgerichtet. Die Spezialisten für erklärungsbedürftige Produkte wenden sich nun vor allem an die Branchen Pharma & Gesundheit sowie Logistik. „Diese Bereiche sind sehr komplex,“ erklärt Geschäftsführer Oliver Fischer, „oft scheitern hervorragende Produkte und Dienstleistungen kommerziell, weil ihr Nutzen dem Verbraucher verschlossen bleibt.“ Das muss nicht sein. Mit emotionaler Public Relations können auch die schwie-

rigsten Themen interessant und verständlich gemacht werden; sei es im B2B- oder im B2C-Bereich. „Viele halten Pharma- und Gesundheitsthemen von vornherein für langweilig,“ so Fischer weiter, „für uns ist es eine Herausforderung, zu zeigen, dass sich jede Branche aufmerksamkeitsstark darstellen kann.“ Basis jeder Maßnahme ist immer eine maßgeschneiderte integrierte Kommunikations-Strategie.

► [www.ofisher.com](http://www.ofisher.com)

## Packungsbeilagen à la Carte



Die Hersteller werden die Packungsbeilagen immer mehr als Marketinginstrument für die pharmazeutische Industrie betrachten. Der neue Produktbestand ist Teil der Pharmazie, die Arzneimittelhersteller für

„Packungsbeilagen“ werden für die Pharmazie immer wichtiger. Diese Beilagen können für die Herstellung von Arzneimitteln und für die Herstellung von Arzneimitteln verwendet werden. Die Packungsbeilagen sind ein wichtiges Instrument für die Pharmazie, um die

## Werbewericht: Sparen oder unterlassen?

Werbung ist ein wichtiger Bestandteil des Marketing-Mix. Sie hilft, neue Produkte zu vermarkten und bestehende Produkte zu verfestigen. Die Werbeausgaben sind jedoch in den letzten Jahren stark gestiegen. Dies hat zu einer Diskussion über die Notwendigkeit von Werbung geführt. Einige Experten empfehlen, die Werbeausgaben zu reduzieren, um die Kosten zu senken. Andere Experten empfehlen, die Werbeausgaben zu erhöhen, um die Reichweite zu vergrößern. Die Entscheidung hängt von der Branche und dem Produkt ab.

Die Werbeausgaben sind ein wichtiger Bestandteil des Marketing-Mix. Sie helfen, neue Produkte zu vermarkten und bestehende Produkte zu verfestigen. Die Werbeausgaben sind jedoch in den letzten Jahren stark gestiegen. Dies hat zu einer Diskussion über die Notwendigkeit von Werbung geführt. Einige Experten empfehlen, die Werbeausgaben zu reduzieren, um die Kosten zu senken. Andere Experten empfehlen, die Werbeausgaben zu erhöhen, um die Reichweite zu vergrößern. Die Entscheidung hängt von der Branche und dem Produkt ab.