

# Inhaltsverzeichnis

---

1	<b>Marketing-Grundlagen</b> .....	1
1.1	<b>Wettbewerbsdruck und Kundenansprüche zwingen zum Marketing</b> .....	2
1.1.1	Strukturelle Veränderungen .....	2
1.1.2	Erhöhte Kundenansprüche und steigendes Gesundheitsbewusstsein .....	3
1.1.3	Mündige Patienten .....	4
1.1.4	Der ePatient .....	4
1.2	<b>Klassisches Marketing versus Online-Marketing</b> .....	6
1.2.1	Vorteile des Marketing-Instruments Internet .....	6
1.3	<b>Corporate Identity schaffen</b> .....	7
1.3.1	Markenaufbau in Apotheken .....	8
1.3.2	Hinweise zur CI-Entwicklung .....	8
1.3.3	Corporate Design .....	9
1.3.4	Corporate Fashion .....	10
1.3.5	Corporate Behaviour .....	11
1.3.6	Corporate Communication .....	11
1.4	<b>Das Marketing-Konzept</b> .....	12
1.4.1	Die Ist-Analyse .....	12
1.4.2	Zielbestimmung .....	17
1.4.3	Die Marketing-Strategie .....	19
1.4.4	Marketing-Maßnahmen .....	19
1.4.5	Marketing-Controlling .....	21
2	<b>Klassisches Marketing mit dem Internet verknüpfen</b> .....	25
2.1	<b>Eintrag in Apotheken-Suchverzeichnisse</b> .....	27
2.1.1	Dubiose Eintragsofferten .....	28
2.2	<b>Visuelle Marketing-Maßnahmen</b> .....	29
2.2.1	Ansprechende Apotheken-Bilder produzieren .....	29
2.2.2	Apothek mit einem Imagefilm vorstellen .....	30
2.2.3	Klassische Printanzeigen .....	31
2.2.4	Banner- und Video-Werbung .....	33
2.2.5	Apotheken-TV .....	33
2.3	<b>Presse-Arbeit in der Apotheke</b> .....	34
2.3.1	Erfolgreiche Presse-Mitteilungen schreiben .....	35
2.3.2	Medizinischer Experte für Journalisten .....	36
2.3.3	Social-Media-Kanäle nutzen .....	36
2.3.4	Medienecho anlegen .....	37
2.3.5	Umgang mit Journalisten .....	37
2.3.6	Das Fernsehinterview .....	38
2.4	<b>Tag der offenen Tür – ein Blick hinter die Kulissen</b> .....	38
2.4.1	Frühzeitig planen und organisieren .....	39
2.4.2	Termin mit Bedacht auswählen und rechtzeitig bekannt geben .....	39
2.4.3	Programm und Ablauf .....	40
2.5	<b>E-Mail-Kommunikation</b> .....	41
2.6	<b>Direktmarketing</b> .....	43

2.6.1	Werbriefe ansprechend formulieren .....	44
2.7	<b>E-Mail-Newsletter und Kundenzeitschriften .....</b>	<b>45</b>
2.7.1	E-Mail-Newsletter .....	45
2.7.2	Aufbau und Inhalt .....	45
2.7.3	An- und Abmeldung .....	46
2.7.4	Erfolgsmessung des Versands .....	46
2.7.5	Kundenzeitschriften .....	46
2.8	<b>Gesundheits-Apps – Nutzen für Kunden und Apotheker .....</b>	<b>48</b>
2.8.1	Apotheken orten und geortet werden .....	49
2.8.2	Tablet-PCs im Apotheken-Alltag .....	49
2.8.3	Branchenblick: iPad-Einsatz im Klinik- und Pflegesektor .....	50
<b>3</b>	<b>Die Apotheken-Website .....</b>	<b>53</b>
3.1	Vorteile einer Apotheken-Website .....	55
3.2	Wahl der Internet- und E-Mail-Adresse .....	56
3.3	Die Website-Gestaltung .....	57
3.3.1	Webdesigner oder Agentur? .....	57
3.3.2	CMS oder HTML? .....	57
3.3.3	Strukturierung der Website .....	58
3.4	Inhalte einer Apotheken-Website .....	59
3.4.1	Was gehört auf eine gute Apotheken-Website? .....	59
3.4.2	Bilder und Graphiken .....	65
3.4.3	Online-Bestellungen von Medikamenten .....	65
3.4.4	RSS-Feeds .....	68
3.4.5	Gästebuch .....	69
3.5	Vorschriften und Pflichtangaben .....	70
3.5.1	Impressum .....	70
3.5.2	Datenschutzerklärung .....	70
3.5.3	Werbung .....	71
3.5.4	Urheberrecht .....	72
3.5.5	Haftungsausschluss .....	72
3.6	Usability der Website .....	72
3.6.1	Einfach strukturierte Navigation .....	73
3.6.2	Individuelle Titel und URLs der Unterseiten .....	73
3.6.3	Textvolumen und -strukturierung .....	73
3.6.4	Interne und externe Links .....	74
3.6.5	Fazit .....	74
3.7	Mobile Website-Version für Smartphones .....	74
3.7.1	Schnell und einfach mit CMS oder Web-Services .....	75
3.8	Vorschriften zur barrierefreien Website .....	76
3.8.1	Barrierefreies PDF erstellen .....	77
3.9	Zertifizierung von gesundheitsbezogenen Websites .....	77
3.9.1	Aktionsforum Gesundheitsinformationssystem (afgis) e.V. ....	77
3.9.2	Health on the Net Foundation (HON) .....	78
3.9.3	DISCERN-Instrument .....	78
3.9.4	Das Gütesiegel der Stiftung Gesundheit .....	79

<b>4</b>	<b>Suchmaschinenoptimierung (SEO): Bei Google gefunden werden.....</b>	<b>81</b>
4.1	Grundlagen .....	82
4.1.1	Wie funktionieren Suchmaschinen? .....	82
4.1.2	Nutzerangepasste Ergebnisse .....	83
4.1.3	Nutzerverhalten .....	84
4.2	Analyse .....	84
4.2.1	Zielgruppen bestimmen .....	84
4.2.2	Wonach sucht die Zielgruppe? .....	85
4.2.3	Ziele definieren .....	86
4.2.4	Erfolgskontrolle und Weiterentwicklung .....	86
4.3	Die wichtigsten SEO-Maßnahmen .....	88
4.3.1	Struktur der Website .....	88
4.3.2	Head der Website .....	91
4.3.3	Inhalt optimieren.....	94
4.3.4	Backlink-Aufbau .....	97
4.3.5	Optimierung für Google Places .....	98
4.3.6	Professionelle Beratung .....	99
4.4	SEM: Werben mit Suchmaschinen .....	99
4.4.1	Wie funktionieren AdWords-Anzeigen? .....	100
4.4.2	Anzeigen einrichten .....	100
4.4.3	Erfolgskontrolle .....	100
4.4.4	SEO oder SEM? .....	100
<b>5</b>	<b>Social-Media-Marketing .....</b>	<b>103</b>
5.1	Social Networking zur Kundenkommunikation .....	104
5.1.1	Was ist ein soziales Netzwerk?.....	105
5.1.2	Facebook .....	105
5.1.3	Google+ .....	108
5.1.4	Xing .....	109
5.1.5	Twitter .....	111
5.1.6	Wikipedia .....	112
5.1.7	Social Bookmarking .....	112
5.1.8	Fazit .....	113
5.2	Experte in Gesundheitsportalen .....	113
5.3	Empfehlungsmarketing .....	114
5.3.1	Strategien für Empfehlungsmarketing .....	115
5.4	Online-Bewertungsportale .....	117
5.4.1	Apothekenbewertungen im Internet .....	117
5.5	Online-Reputation: Der Ruf von Apotheke und Apotheker .....	118
5.5.1	Reputationsmonitoring: Überblick verschaffen und behalten .....	119
5.5.2	Prävention: Digitalen Schutzschild aufbauen.....	121
<b>6</b>	<b>Ein Blog für die Apotheke .....</b>	<b>123</b>
6.1	Was ist eigentlich ein Blog?.....	124
6.2	Einsatzmöglichkeiten in der Apotheke .....	124
6.2.1	Ziele festlegen .....	125

6.2.2	Themen finden.....	125
6.2.3	Dialog mit den Lesern .....	129
6.3	<b>Aufwand versus Nutzen</b> .....	131
6.3.1	Was bringt ein Blog?.....	131
6.3.2	Wer soll bloggen? .....	131
6.3.3	Aufwand kontrollieren.....	132
6.3.4	Unterstützung durch externe Dienstleister.....	132
6.4	<b>Die technische Basis</b> .....	132
6.4.1	Bloghoster .....	133
6.4.2	Den Blog selbst hosten .....	133
6.5	<b>Bekannt werden</b> .....	133
7	<b>Rechtsvorschriften für Apotheker</b> .....	135
7.1	<b>Berufsordnung</b> .....	136
7.1.1	Vorschriften.....	136
7.2	<b>Heilmittelwerbe-gesetz</b> .....	137
7.2.1	Innerhalb der Fachkreise.....	137
7.2.2	Außerhalb der Fachkreise .....	138
7.3	<b>Wettbewerbsrecht</b> .....	138
7.3.1	Verbot unlauterer geschäftlicher Handlungen (§ 3).....	139
7.3.2	Beispiele für unlautere geschäftliche Handlungen (§ 4).....	139
7.3.3	Irreführende geschäftliche Handlungen (§ 5) .....	139
7.3.4	Irreführung durch Unterlassen (§ 5a) .....	139
7.3.5	Vergleichende Werbung (§ 6) .....	140
7.3.6	Unzumutbare Belästigungen (§ 7).....	140
7.3.7	Blacklist (Anhang) .....	140
7.4	<b>Das Telemediengesetz</b> .....	141
7.4.1	Allgemeine Informationspflichten (§ 5) .....	141
7.4.2	Besondere Informationspflichten (§ 6) .....	142
7.4.3	Datenschutz im TMG (Abschnitt 4) .....	142
7.5	<b>Das Bundesdatenschutzgesetz</b> .....	143
7.5.1	Datenvermeidung und Datensparsamkeit (§ 3a) .....	143
7.5.2	Datenschutzbeauftragter (§ 4f) .....	144
7.6	<b>Das Urheberrecht</b> .....	144
7.6.1	Fotos auf der Apotheken-Website .....	144
7.7	<b>Fazit</b> .....	145
8	<b>IT-Sicherheit in der Apotheke</b> .....	147
8.1	<b>Das Computer-Netzwerk der Apotheke</b> .....	148
8.1.1	Schad-Software und Angriffe von außen.....	148
8.1.2	Sicherungskopien .....	150
8.2	<b>Sicherer Internetauftritt</b> .....	152
8.3	<b>Sicherer Mail-Verkehr</b> .....	153
8.3.1	E-Mail-Adressen schützen.....	154
8.4	<b>Surfen ohne Spuren</b> .....	155

8.4.1	Zuschauer beim Surfen .....	155
8.5	Umgang mit IT-Dienstleistern .....	157
8.5.1	Tipps zum Vorgehen in der IT-Krise .....	157
	<b>Glossar</b> .....	<b>159</b>
	<b>Literatur</b> .....	<b>163</b>
	<b>Stichwortverzeichnis</b> .....	<b>165</b>