

Advertorials für die Zielgruppe Apothekenfachpersonal



2021

Ansatz

Advertorials stellen eine optimale Werbeform in Ergänzung zur klassischen Werbung dar. Mit ihnen lassen sich selbst komplexe Inhalte grafisch ansprechend kommunizieren.

Darüber hinaus kann die Stärke der Medienmarken für Ihr Advertorial optimal genutzt werden.

Wir verstehen uns dabei als Ihr Sparringspartner und kreativer Impulsgeber. Lassen Sie sich von den folgenden Beispielen und Angeboten inspirieren.

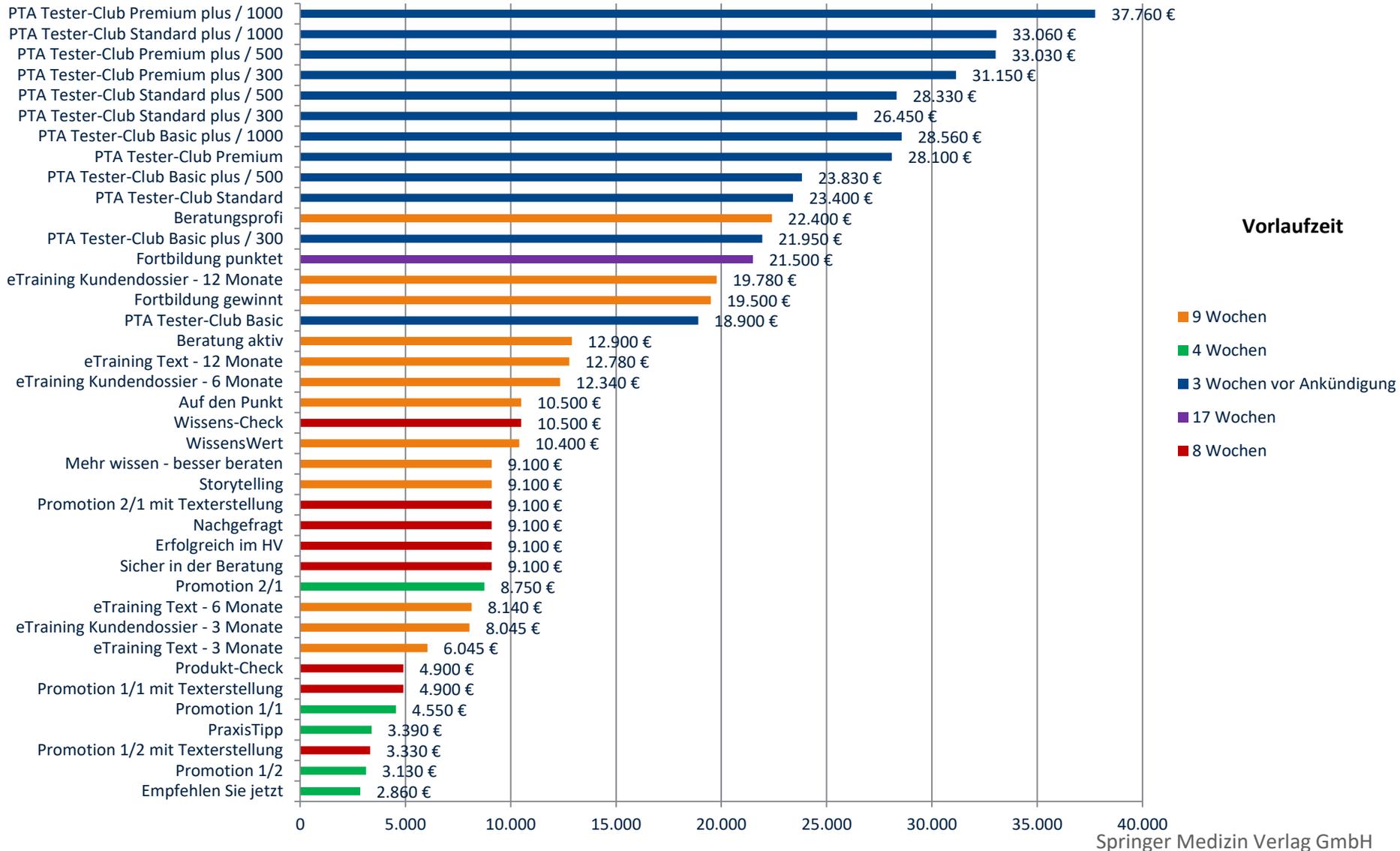
DAS PTA MAGAZIN



Kurzprofil

Erste Ausgabe:	Februar 2007
Zielgruppe :	Apothekenfachpersonal, Kern-ZG PTA
Erscheinungsweise:	monatlich
Verbreitete Auflage:	23.202 Ex. (Quelle: IVW, Durchschnitt der Quartale 2/2020 bis 1/2021)
Reichweiten lt. LA-PHARM 2020:	
Gesamtzielgruppe:	33,3%
Zielgruppe PTA/PI:	45,0%

Advertorials mit Preisen und Vorlaufzeiten – Gesamtübersicht DAS PTA MAGAZIN



Unser Angebot

Beratung ▶

- **Sicher in der Beratung ▶**
- **Nachgefragt ▶**
- **WissensWert ▶**
- **Beratung aktiv ▶**
- **Beratungsprofi ▶**

Produktschulung ▶

- **Promotion ▶**
- **Praxistipp ▶**
- **Empfehlen Sie jetzt ▶**
- **Wissens-Check ▶**
- **Auf den Punkt ▶**
- **Mehr wissen – besser beraten ▶**
- **Produkt-Check ▶**
- **Erfolgreich im HV ▶**
- **Storytelling ▶**

Fortbildung ▶

- **Fortbildung punktet ▶**
- **Fortbildung gewinnt ▶**
- **eTraining ▶**

Community ▶

- **PTA Tester-Club ▶**

Alle in dieser Präsentation genannten Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzl. MwSt. Sie sind AE-, aber nicht rabattfähig.

BERATUNG

Beratung ▶

Produktschulung ▶

Fortbildung ▶

Community ▶

Sicher in der Beratung

2-seitiger „gebrandeter“ Beitrag

Beratung ▶

Produktschulung ▶

Fortbildung ▶

Community ▶

Sicher in der Beratung

- **Aktionsdauer:** 1 Monat
- **Print:**
 - Titel: **DAS PTA MAGAZIN**
 - Platzierung: bestmöglich oder im Themenumfeld
 - Format: 2/1 Seite
 - Inhalt: Beratungsgespräch zwischen PTA und Apothekenkunden inkl. Abbildungen und Infos zum Produkt des Kunden, Logo des Kunden/ Produktlogo
- **Online:** www.das-pta-magazin.de, Rubrik Aktionen
kurzer Teasertext mit Link zum PDF der Doppelseite
- **Kosten:** € 9.100 ,– zzgl. gesetzl. MwSt.
(bei Einschaltung über eine Agentur gewähren wir 10 % AE)
- **Leistungsumfang:** Texterstellung nach Briefing und Unterlagen des Kunden;
Gestaltung print und online, Veröffentlichung;
maximal 2 Korrekturumläufe im Preis enthalten
- **Buchung/ Storno:** 4 Wochen vor Briefing (ein späteres Storno verursacht mind. 50 % Stornokosten)
- **Briefing:** 8 Wochen vor Erscheinen (Anlieferung von Text- und Bildmaterial)

Beispiele

Blasenentzündungen pflanzlich behandeln



Blasenentzündungen pflanzlich behandeln

Blasenentzündungen sind eine sehr häufige Infektion der unteren Harnwege. Sie können sehr unangenehm sein und sollten schnell behandelt werden. Ein wirksames Mittel zur Behandlung von Blasenentzündungen ist Canephron® N.

Canephron® N ist ein pflanzliches Arzneimittel, das aus zwei verschiedenen Arten von Schachtelhalm (Asarum canadense und Asarum europaeum) besteht. Es wirkt entzündungshemmend und harntreibend. Canephron® N ist ein wirksames Mittel zur Behandlung von Blasenentzündungen. Es wirkt entzündungshemmend und harntreibend. Canephron® N ist ein wirksames Mittel zur Behandlung von Blasenentzündungen. Es wirkt entzündungshemmend und harntreibend.

Canephron® N

Canephron® N ist ein pflanzliches Arzneimittel, das aus zwei verschiedenen Arten von Schachtelhalm (Asarum canadense und Asarum europaeum) besteht. Es wirkt entzündungshemmend und harntreibend. Canephron® N ist ein wirksames Mittel zur Behandlung von Blasenentzündungen. Es wirkt entzündungshemmend und harntreibend.

Phytopower gegen Erkältungsviren

Esberitox® COMPACT verkürzt den Infekt!



Phytopower gegen Erkältungsviren. Esberitox® COMPACT verkürzt den Infekt! Esberitox® COMPACT ist ein pflanzliches Arzneimittel, das aus zwei verschiedenen Arten von Schachtelhalm (Asarum canadense und Asarum europaeum) besteht. Es wirkt entzündungshemmend und harntreibend. Esberitox® COMPACT ist ein wirksames Mittel zur Behandlung von Blasenentzündungen. Es wirkt entzündungshemmend und harntreibend.

Esberitox® COMPACT

Esberitox® COMPACT ist ein pflanzliches Arzneimittel, das aus zwei verschiedenen Arten von Schachtelhalm (Asarum canadense und Asarum europaeum) besteht. Es wirkt entzündungshemmend und harntreibend. Esberitox® COMPACT ist ein wirksames Mittel zur Behandlung von Blasenentzündungen. Es wirkt entzündungshemmend und harntreibend.

Nachgefragt

2-seitiger „gebrandeter“ Beitrag

Nachgefragt

- **Aktionsdauer:** 1 Monat
- **Print:**
 - Titel: **DAS PTA MAGAZIN**
 - Platzierung: bestmöglich oder im Themenumfeld
 - Format: 2/1 Seite
 - Inhalt: Infos zu Hintergrundwissen, Wirkstoff, Wirkweise, Beratung und Besonderheit eines Produkts. Kurz und präzise formuliert, plakativ dargestellt.
- **Online:** www.das-pta-magazin.de, Rubrik Aktionen
kurzer Teasertext mit Link zum PDF der Doppelseite;
zusätzlich Einbindung eines Online-Gewinnspiels möglich; Preis auf Anfrage
- **Kosten:** € 9.100 ,– zzgl. gesetzl. MwSt.
(bei Einschaltung über eine Agentur gewähren wir 10 % AE)
- **Leistungsumfang:** Texterstellung nach Briefing und Unterlagen des Kunden;
Gestaltung print und online, Veröffentlichung;
maximal 2 Korrekturumläufe im Preis enthalten
- **Buchung/ Storno:** 4 Wochen vor Briefing (ein späteres Storno verursacht mind. 50 % Stornokosten)
- **Briefing:** 8 Wochen vor Erscheinen (Anlieferung von Text- und Bildmaterial)

Beispiel

Nachgefragt

BERATUNG BEI GRIPPALEM INFEKT

W Wirkweise
Handlic te ent, aduqta rectora formalis...


H Hintergrundwissen

H **Fieber**



W Wirkstoff

Wirkstoff



Nachgefragt

BERATUNG BEI SCHNUPPEN MIT SINUSITIS

W Wirkweise

B Beratung



EA 6,8



H Hintergrundwissen

H



W Wirkstoff

Wirkstoff



4-fach effektive Wirkung*

- Wird von 97% Patienten bei akuter Sinusitis
- Wirkt auf alle Sinus
- Wirkt schnell bei Entzündung
- Wirkt auch bei chronischer Sinusitis

4-fach effektive Wirkung*

EA 6,8

Wirkstoff

Wirkstoff



WissensWert

2-seitiger Beihefter zum
Heraustrennen mit Sammelcharakter

WissensWert

- **Aktionsdauer:** 1 Monat
- **Print:**
 - Titel: **DAS PTA MAGAZIN**
 - Format: 2-seitiger Einhefter mit Perforation und 2-facher Lochung (zum Sammeln)
 - Platzierung: bestmöglich
 - Inhalt: Vorschlag: Die Vorderseite trägt den Titelkopf sowie einen Textteil mit Informationen zur Indikation. Auf der Rückseite kann ein oder mehrere Produkte (mit Abbildung) zur Indikation mit ausführlichen Beratungstipps vorgestellt werden. Besonders gut geeignet für Serien.
- **Online:** www.das-pta-magazin.de, Rubrik Aktionen
kurzer Teasertext mit Link zum PDF hinterlegt des Einhefters
- **Kosten:** € 10.400,- zzgl. gesetzl. MwSt.
Ab 3 Schaltungen pro Schaltung € 9.450,00,-
(bei Einschaltung über eine Agentur gewähren wir 10 % AE)
- **Leistungsumfang:** Texterstellung nach Briefing und Unterlagen des Kunden;
Gestaltung print und online, Druck, Veröffentlichung;
maximal 2 Korrekturumläufe im Preis enthalten
- **Buchung/ Storno:** 4 Wochen vor Briefing (ein späteres Storno verursacht mind. 50 % Stornokosten)
- **Briefing:** 9 Wochen vor Erscheinen (Anlieferung von Text- und Bildmaterial)

Ein Beispiel für eine Produktvorstellung in 3 Folgen

Folge 1



Vorderseite

Folge 2



Rückseite

Folge 3



Vorderseite



Vorderseite

Beratung aktiv

4-seitiger Beihefter im Format DIN A 4 („Heft im Heft“)

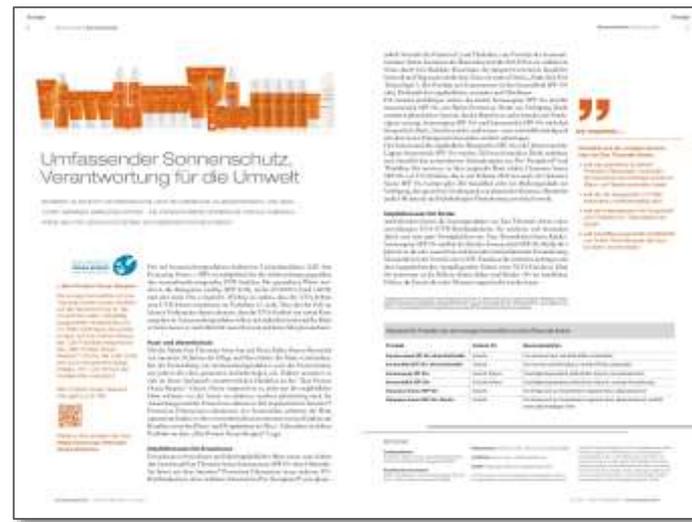
Beratung aktiv

- **Aktionsdauer:** 1 Monat
- **Print:**
 - Titel: **DAS PTA MAGAZIN**
 - Format: 4-seitiger Beihefter mit Perforation (Titelseite, 2 Seiten Inhalt, 1/1 Seite Anzeige)
 - Platzierung: bestmöglich; der Beihefter wird mit der Anzeigenseite nach vorn in das Heft eingeklebt (rechts platziert). Erst beim Umschlagen wird deutlich, dass es sich um einen Beihefter handelt. Die Perforation ermöglicht ein einfaches Heraustrennen
 - Inhalt: 2-seitiger Textbeitrag im Innenteil ergänzt um tabellarische Übersichten. Es werden die wichtigsten Produktvorteile und Punkte für die Beratung aufgeführt.
- **Online:** www.das-pta-magazin.de , Rubrik Aktionen
kurzer Teasertext mit Link zum PDF des Beihefters
- **Kosten:** € 12.900 ,– zzgl. gesetzl. MwSt.
(bei Einschaltung über eine Agentur gewähren wir 10 % AE)
- **Leistungsumfang:** Texterstellung nach Briefing und Unterlagen des Kunden;
Gestaltung print und online, Druck, Veröffentlichung;
maximal 2 Korrekturumläufe im Preis enthalten
- **Buchung/ Storno:** 4 Wochen vor Briefing (ein späteres Storno verursacht mind. 50 % Stornokosten)
- **Briefing:** 9 Wochen vor Erscheinen (Anlieferung von Text- und Bildmaterial)

Beispiel



Anzeigenseite



Innenseiten



Titelseite

Beratungsprofi

8-seitiger Beihefter („Heft im Heft“)

Beratungsprofo

- **Aktionsdauer:** 1 Monat
- **Print:**
 - Titel: **DAS PTA MAGAZIN**
 - Format: 8-seitiger Beihefter („Heft im Heft“) mit Perforation zum Heraustrennen
 - Platzierung: bestmöglich; der Beihefter wird auf dem Kopf stehend in das Heft eingehftet
 - Inhalt: 6-seitiger Textbeitrag im Innenteil ergänzt um tabellarische Übersichten. In Randspalten werden die wichtigsten Produktvorteile und Punkte für die Beratung aufgeführt.
- **Online:** www.das-pta-magazin.de, Rubrik Aktionen
kurzer Teasertext mit Link zum PDF des Beihefters
- **Kosten:** € 22.400 ,– zzgl. gesetzl. MwSt.
(bei Einschaltung über eine Agentur gewähren wir 10 % AE)
- **Leistungsumfang:** Texterstellung nach Briefing und Unterlagen des Kunden;
Gestaltung print und online, Druck, Veröffentlichung;
maximal 2 Korrekturumläufe im Preis enthalten
- **Buchung/ Storno:** 4 Wochen vor Briefing (ein späteres Storno verursacht mind. 50 % Stornokosten)
- **Briefing:** 9 Wochen vor Erscheinen (Anlieferung von Text- und Bildmaterial)

Beispiel



Der **Beratungsprofi** steht auf dem Kopf



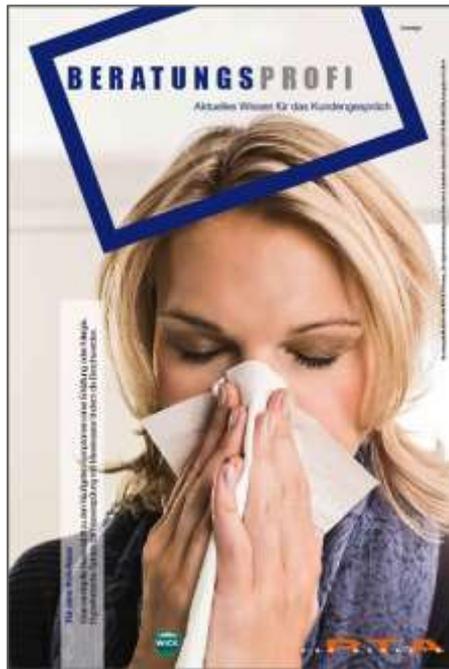
Linke Seite: Heftinnenteil

Rechte Seite: **Beratungsprofi**

Beispiel



Ein weiteres Beispiel



PRODUKTSCHULUNG

Promotion

Redaktionell gestaltete Anzeigen

Beratung ▶

Produktschulung ▶

Fortbildung ▶

Community ▶

Promotion

- **Aktionsdauer:** 1 Monat
- **Print:**
 Titel: **DAS PTA MAGAZIN**
 Platzierung: bestmöglich oder im Themenumfeld
 Formate: 2/1 Seite | 1/1 Seite | ½ Seite
 Inhalt: entweder vom Kunden angeliefert oder Texterstellung durch den Verlag nach Briefing

- **Online:** www.das-pta-magazin.de, Rubrik Aktionen
kurzer Teasertext mit Link zum PDF der Seite

- **Kosten:**

Format	mit Texterstellung, Gestaltung, Veröffentlichung	Text angeliefert, Gestaltung, Veröffentlichung
2/1 Seite	€ 9.100,-	8.750,-
1/1 Seite	€ 4.900,-	4.550,-
1/2 Seite	€ 3.330,-	3.130,-

Alle Preis zzgl. gesetzl. MwSt.; bei Einschaltung über eine Agentur gewähren wir 10 % AE;
maximal 2 Korrekturumläufe im Preis enthalten

- **Buchung/ Storno:** 4 Wochen vor Briefing (ein späteres Storno verursacht mind. 50 % Stornokosten)
- **Briefing:** 8 Wochen (mit Texterstellung) bzw. 4 Wochen (ohne Texterstellung)
vor Erscheinen (Anlieferung von Text- und Bildmaterial)

Beispiele

Canesten® Gyn Once Kombi: schnell, effektiv und gut verträglich



Über einen Monat hinweg tritt die Anzeichen einer Infektion mit dem Pilz Candida auf. Die Beschwerden sind anhaltend und lassen sich nicht durch eine lokale Therapie lindern. Die Beschwerden sind anhaltend und lassen sich nicht durch eine lokale Therapie lindern. Die Beschwerden sind anhaltend und lassen sich nicht durch eine lokale Therapie lindern.

Wiederholte Infektionen mit Candida
Die Beschwerden sind anhaltend und lassen sich nicht durch eine lokale Therapie lindern. Die Beschwerden sind anhaltend und lassen sich nicht durch eine lokale Therapie lindern.

Wiederholte Infektionen mit Candida
Die Beschwerden sind anhaltend und lassen sich nicht durch eine lokale Therapie lindern. Die Beschwerden sind anhaltend und lassen sich nicht durch eine lokale Therapie lindern.



1/1 Seite

Endlich Ruhe mit Calmvalera



Endlich Ruhe mit Calmvalera. Ein Naturmittel, das Ihnen hilft, sich zu entspannen und Ihre Nerven zu beruhigen. Es ist ein Naturmittel, das Ihnen hilft, sich zu entspannen und Ihre Nerven zu beruhigen.

Einmalige Einnahme
Einmalige Einnahme, keine Nebenwirkungen. Einmalige Einnahme, keine Nebenwirkungen. Einmalige Einnahme, keine Nebenwirkungen.

Einmalige Einnahme
Einmalige Einnahme, keine Nebenwirkungen. Einmalige Einnahme, keine Nebenwirkungen. Einmalige Einnahme, keine Nebenwirkungen.

Doppelseite

Studie zeigt: Baicapil unterstützt Haarwachtumsvorgänge



Studie zeigt: Baicapil unterstützt Haarwachtumsvorgänge. Ein Naturmittel, das Ihnen hilft, Ihre Haare zu regenerieren und zu stärken. Ein Naturmittel, das Ihnen hilft, Ihre Haare zu regenerieren und zu stärken.

Studie zeigt: Baicapil unterstützt Haarwachtumsvorgänge
Ein Naturmittel, das Ihnen hilft, Ihre Haare zu regenerieren und zu stärken. Ein Naturmittel, das Ihnen hilft, Ihre Haare zu regenerieren und zu stärken.

1/2 Seite

Praxistipp

Crossmediales Advertorial

Beratung ▶

Produktschulung ▶

Fortbildung ▶

Community ▶

Praxistipp

- **Aktionsdauer:** 1 Monat
- **Print:**
 - Titel: **DAS PTA MAGAZIN**
 - Platzierung: Inhaltsverzeichnis, rechte Seite unten
 - Format: 1/3 Seite Querformat
 - Inhalt: Produktinfos und Tipps des Kunden („Praxistipp“)
- **Online:** eigene Kachel unter „Praxistipps des Monats“ auf der Startseite www.das-pta-magazin.de mit weiterführendem Text- und Bildmaterial des Kunden sowie regelmäßige Hinweise im Newsletter auf die Rubrik „Praxistipps des Monats“
- **Kosten:** € 3.390,- zzgl. gesetzl. MwSt.
(bei Einschaltung über eine Agentur gewähren wir 10 % AE)
- **Leistungsumfang:** Gestaltung print und online, Veröffentlichung
- **Buchung/ Storno:** 4 Wochen vor Briefing (ein späteres Storno verursacht mind. 50 % Stornokosten)
- **Briefing:** 4 Wochen vor Erscheinen (Anlieferung von Text- und Bildmaterial)

Beispiel



PTA + Marketing

- 41 Kombizungensuche
- 42 Drahtschleife: Sei herzlich willkommen, König Kunde!

Beruf

- 43 Pflanzend-Charterist
- 44 PTA Seiten-Kolumnen
- 45 Interview Kritiker: Aus Wigmorend
- 46 Adress: Tiel an Arbeitsmarkten
- 47 DVpm: Arbeiten an Feuertagen
- 48 Tie...Kategorie: Programmieren
- 49 Werbewerke PTA des Jahres 2019

Panorama

- 50 Scen
- 51 Belletristik
- 52 Seri...Hauptbewer: Gleich
- 53 Omen: Oberbachtelbil

Service

- 54 Beauty & Wellness
- 55 Bruchstein
- 56 Pharmazie Trends

Und immer wieder

- 57 Editorial
- 58 Ausblick/Arten APOTHERE + MARKETING 02/2019
- 59 Tropfenw/Anzeigereaktion

Praxistipp Hoggar Night

Ihre Kunden mit akuten Schlafstörungen müssen sich ein wirksames und dabei gut verträgliches Schlafmittel

Empfehlen Sie ihnen Hoggar Night! Denn Hoggar Night kann beide Wünsche gleichzeitig erfüllen: Er verkürzt die Einwirkzeit um bis zu 30 % auf nur 16 Minuten, reduziert die Aufwachlatenz um ebenfalls bis zu 30 % und verlängert die Schlaf

Hoggar Night ist ein hochwirksames Schlafmittel. Mit seiner einzigartigen Wirkstoffkombination, bestehend aus dem Wirkstoff Zolpidem, wirkt Hoggar Night schnell und wirksam bei akuten Schlafstörungen. Die Wirkung von Hoggar Night ist auf nur 16 Minuten verkürzt, was eine schnelle Einwirkung ermöglicht. Hoggar Night ist ein wirksames und dabei gut verträgliches Schlafmittel. Mit seiner einzigartigen Wirkstoffkombination, bestehend aus dem Wirkstoff Zolpidem, wirkt Hoggar Night schnell und wirksam bei akuten Schlafstörungen. Die Wirkung von Hoggar Night ist auf nur 16 Minuten verkürzt, was eine schnelle Einwirkung ermöglicht. Hoggar Night ist ein wirksames und dabei gut verträgliches Schlafmittel. Mit seiner einzigartigen Wirkstoffkombination, bestehend aus dem Wirkstoff Zolpidem, wirkt Hoggar Night schnell und wirksam bei akuten Schlafstörungen. Die Wirkung von Hoggar Night ist auf nur 16 Minuten verkürzt, was eine schnelle Einwirkung ermöglicht.

Hoggar Night

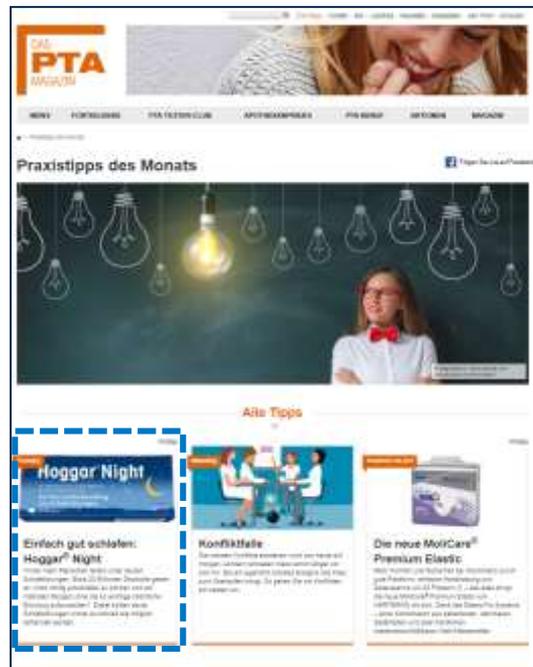
Beispiel Online



Startseite www.das-pta-magazin.de



Hinweis im Newsletter



Kachel „Praxistipp“



Weiterführender Beitrag

Empfehlen Sie jetzt

Crossmediales Advertorial

Beratung ▶

Produktschulung ▶

Fortbildung ▶

Community ▶

Empfehlen Sie jetzt

- **Aktionsdauer:** 1 Monat
- **Print:**
 - Titel: **DAS PTA MAGAZIN**
 - Platzierung: Rubrik „Ausblick“ (letzte rechte Heftseite vor der U3)
 - Format: ca. 1/3 Seite Hochformat
 - Inhalt: Produktempfehlung des Kunden („**Empfehlen Sie jetzt**“)
- **Online:** eigene Kachel unter „Praxistipps des Monats“ auf der Startseite www.das-pta-magazin.de mit weiterführendem Text- und Bildmaterial des Kunden (ohne Texterstellung durch Verlag) sowie regelmäßige Hinweise im Newsletter auf die Rubrik „Praxistipps des Monats“
- **Kosten:** € 2.860 ,– zzgl. gesetzl. MwSt.
(bei Einschaltung über eine Agentur gewähren wir 10 % AE)
- **Leistungsumfang:** Gestaltung print und online, Veröffentlichung
- **Buchung/ Storno:** 4 Wochen vor Briefing (ein späteres Storno verursacht mind. 50 % Stornokosten)
- **Briefing:** 4 Wochen vor Erscheinen (Anlieferung von Text- und Bildmaterial)

Beispiel

Ausblick

HEFT 02-19



Die Krankheit der Knieke

Was hat der Mensch mit dem Tjand...
 ...
 ...
 ...

KUNDENTYPEN

Zum Stichwort Kundentypen...
 ...
 ...
 ...




Anriss

www.apothek...
 ...
 ...
 ...

FREMD- UND SELBSTLEISTUNG

Was ist...
 ...
 ...

ZERTIFIZIERTE CHE-FORTBILDUNG

Die...
 ...
 ...

Empfehlen Sie jetzt

Sterillium®

Protect & Care

Desinfektionsgel Hände

Ganz gleich, ob Sie...
 ...
 ...
 ...




Beispiel Online



Startseite www.das-pta-magazin.de



Hinweis im Newsletter



Kachel „Empfehlen Sie jetzt“



Weiterführender Beitrag

Wissens-Check

Crossmediales Advertorial

Wissens-Check

- **Aktionsdauer:** 1 Monat
- **Print:**
 - Titel: **DAS PTA MAGAZIN**
 - Platzierung: bestmöglich oder im Themenumfeld
 - Format: 3/1 Seiten (2 Seiten Text plus 1 Aktionsseite (Fragen/ Gewinnspiel))
 - Inhalt: Der Verlag erstellt nach Briefing und Unterlagen des Kunden einen doppelseitigen Beitrag zum Produkt, der in DAS PTA MAGAZIN erscheint.
Auf einer dritten, **separaten Aktionsseite** im selben Heft wird auf diesen Artikel hingewiesen, und es werden 3 Fragen mit jeweils 2 Antwortmöglichkeiten gestellt.
- **Online:** www.das-pta-magazin.de, Rubrik Aktionen,
hier hat das Gewinnspiel prominent platziert eine eigene „Kachel“
- **Kosten:** € 10.500,- zzgl. gesetzl. MwSt.
(bei Einschaltung über eine Agentur gewähren wir 10 % AE)
- **Leistungsumfang:** Texterstellung nach Briefing und Unterlagen des Kunden;
Gestaltung print und online, Veröffentlichung;
maximal 2 Korrekturumläufe im Preis enthalten
- **Buchung/ Storno:** 4 Wochen vor Briefing (ein späteres Storno verursacht mind. 50 % Stornokosten)
- **Briefing:** 8 Wochen vor Erscheinen (Anlieferung von Text- und Bildmaterial)

Beispiel Print

Endlich Ruhe dank Calmvalera

Nervöse Unruhe und Schlafstörungen sind in der Bevölkerung zum verbreitetsten Motiv in der Überfragt an Ihren Arzt. Viele Kunden fragen dann in der Apotheke nach natürlichen, gut verträglichen Produkten. Hier hat sich die Arzneimittel Calmvalera als Lösung bewährt. Mit einer homöopathischen Wirkstoffmischung beruht es, entspannt und ermöglicht ein stress-reduzierendes Leben!

Warum sind diese beiden Symptome so verbreitet? Die meisten Menschen sind in der heutigen Zeit mit Stress konfrontiert. Die meisten Menschen sind in der heutigen Zeit mit Stress konfrontiert. Die meisten Menschen sind in der heutigen Zeit mit Stress konfrontiert.

Wie Calmvalera wirkt? Calmvalera ist ein natürliches, gut verträgliches Produkt. Es wirkt beruhigend und entspannt auf das Nervensystem und ist ein wirksames, natürliches Mittel. Dank der homöopathischen Wirkstoffe Calmvalera sind Nervosität, Unruhe und Schlafstörungen im Alltag zu lindern. Calmvalera ist ein natürliches, gut verträgliches Produkt. Es wirkt beruhigend und entspannt auf das Nervensystem und ist ein wirksames, natürliches Mittel. Dank der homöopathischen Wirkstoffe Calmvalera sind Nervosität, Unruhe und Schlafstörungen im Alltag zu lindern.

2/1 Seite Text

Wissens-Check

Nervöse Unruhe und Schlafstörungen

Informieren Sie sich im Artikel ab Seite 60 und beantworten Sie alle Fragen. Nennen Sie zudem ein Gegenmittel anmerken, das per Magnesia darreichbar ist.* Teilnahme bis: 30.09.2021

- Wie viele homöopathische Wirkstoffe sind in Calmvalera Tabletten und Tropfen enthalten?
 - A) 4 Wirkstoffe
 - B) 5 Wirkstoffe
 - C) 7 Wirkstoffe
- Welche 3 homöopathischen Wirkstoffe in Calmvalera wirken vor allem bei Stimmungsschwankungen und Reizbarkeit?
 - A) Platanus occidentalis, Coffea cruda pulsatilla und Ferrum valerianicum
 - B) Conium maculatum und Lithium carbonate
 - C) Pulsatilla nemoralis, Calceola und Cereus
- Welche Aussagen sind falsch?
 - A) Calmvalera ist nur in Form von Tabletten erhältlich
 - B) Calmvalera wirkt schnell innerhalb von 90 Minuten
 - C) Calmvalera verfügt über ein breites Spektrum an Wirkstoffen

Ihr Gewinn:

➔ 1. bis 20. Preis: Geschenkbox „Zeit für dich“ vom Hersteller Calmvalera. Die Box enthält eine Flasche Calmvalera Tropfen und eine Flasche Calmvalera Tabletten. Die Box enthält eine Flasche Calmvalera Tropfen und eine Flasche Calmvalera Tabletten. Die Box enthält eine Flasche Calmvalera Tropfen und eine Flasche Calmvalera Tabletten.

Aktionsseite

Beispiel Online

Wissens-Check ✓

Nervöse Unruhe und Schlafstörungen

Informieren Sie sich im Artikel ab Seite 60 und beantworten Sie alle Fragen. Nennen Sie zudem eine Gemeinsamkeit unter einer der pharmazeutischen Wirkstoffe! Teilnahmezeitraum: 30.09.2021

1. Wie viele homöopathische Wirkstoffe sind in Calceola Tabletten und Tropfen enthalten?
 - A) 4 Wirkstoffe
 - B) 5 Wirkstoffe
 - C) 9 Wirkstoffe
2. Welche 3 homöopathischen Wirkstoffe in Calceola wirken zur Abwehr Stressungsreaktionen und Belastung?
 - A) Phosphorus, Coffea, Sepia und Zinnura
 - B) Lycopodium, Ignatia und Liliom, opium
 - C) Pulsatilla, Nuxvomica, Caricula und Carexflora
3. Welche Aussage ist falsch?
 - A) Calceola ist nur in Form von Tabletten erhältlich
 - B) Calceola wird ebenfalls hergestellt von 90 Minuten
 - C) Calceola enthält also ein homöopathisches Wirkpräparat

Ihre Gewinn

→ 1. bis 30. Preis: Gewinnschein „Zeit für dich“ von Dr. Ingrid Gassner. Hochwertige Pflege-Produkte mit einem Wert von bis zu 1000 Euro gewinnen! Mehr Infos über die Gewinnchancen: www.psa-pharm.com/lottery





Aktionsseite Print

Das PTA MAGAZIN

NEWS | FORTBILDUNG | PTA TAGES-CLIP | ANFORDERUNGEN | PTA KENN | ADRESSEN | MEDIEN

Caracas-Exponat aufgepasst!
Lern Sie von der Arbeit der Experten für Pharmazie

Punkte sammeln
Bereiten Sie sich auf die Prüfung vor

Alle Aktionen

10 Jahre Cidipril: Mischen und gewinnen!



apotheken
PHARMAZIE

Springer

Aktionsstartseite Online

Auf den Punkt

4-seitige Beilage mit Response-Element

Auf den Punkt

- **Aktionsdauer:** 1 Monat
- **Print:**
 - Titel: **DAS PTA MAGAZIN**
 - Format: 4-seitige Beilage, die im Format B: 17 cm x H: 26 cm (etwas kleiner als DIN A4) mit eingeklappten Response-Element erscheint.
 - Inhalt: Inhaltlich sollten sich die Kernaussagen zum Produkt und daraus resultierend eventuell die entsprechenden Beratungstipps in der Beilage wiederfinden. (kurz und knapp = Auf den Punkt).
- **Online:** www.das-pta-magazin.de, Rubrik Aktionen
 - Findet ein Gewinnspiel statt, wird dieses prominent platziert in eigener „Kachel“; ansonsten: kurzer Teasertext mit Link zum PDF der Beilage
- **Kosten:** € 10.500 ,– zzgl. gesetzl. MwSt.
 - (bei Einschaltung über eine Agentur gewähren wir 10 % AE)
- **Leistungsumfang:** Texterstellung nach Briefing und Unterlagen des Kunden; Gestaltung print und online, Druck, Veröffentlichung; maximal Korrekturumläufe im Preis enthalten
- **Buchung/ Storno:** 4 Wochen vor Briefing (ein späteres Storno verursacht mind. 50 % Stornokosten)
- **Briefing:** 9 Wochen vor Erscheinen (Anlieferung von Text- und Bildmaterial)

Beispiel Print

Außenseite

Innenseite

Beispiel Online

Anzeige [auf den Punkt]

Informieren Sie sich in der Beilage und beantworten Sie alle Fragen. Nennen Sie ordne am Gewinnspiel teil unter www.das-pta-magazin.de/halbbo-schwermetz. * Teilnahmezeitraum: 30.04.2019

Gewinnfragen

1. Welches Produkt enthält eine Kombination von Spektrolakt mit Silber-Nanopartikeln und Hydrogel-Komplex mit Hyaluronsäure?
 A) Ila® Haltpastillen
 B) Ila® med voice Haltpastillen
2. Ab welchem Alter sind Ila® junior Haltpastillen geeignet?
 A) ab vier Jahren
 B) ab sechs Jahren
3. Wie lindert Ila® med akut Haltpastillen die Symptome bei erkältungsbedingtem Halsschmerzen?
 A) Sie wirken die Schmerzempfindlichkeit von Schmerzrezeptoren.
 B) Sie schützen die Hals- und Rachen Schleimhaut vor äußeren Reizen, etc.

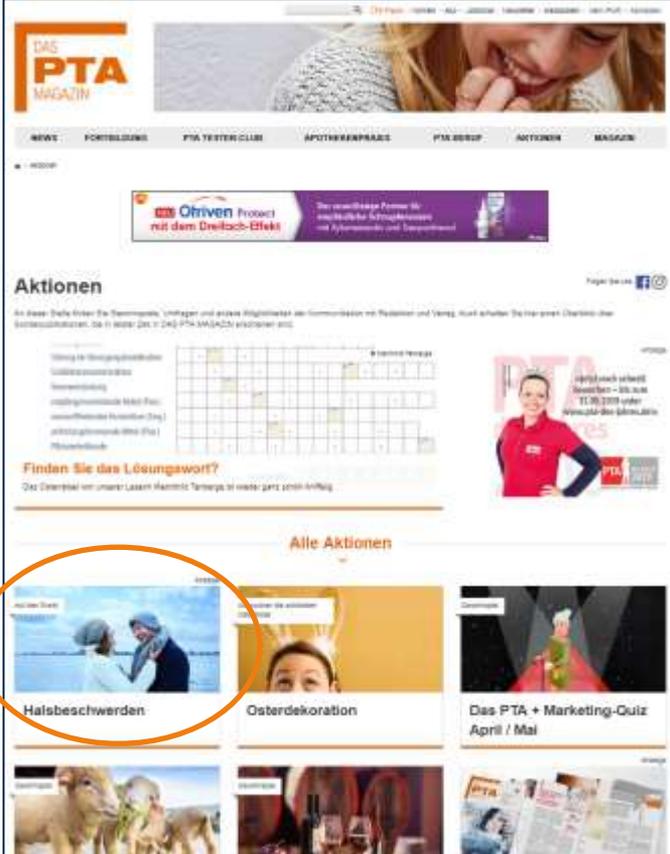
1. bis 30. Preis:
 Je eine Karaffe „Zur Aktivität“ aus Thermoglas 1700ml Fassungsvermögen 1,2 l. Mit dieser Karaffe lässt sie sich leicht Frischung halten. Mehr im Shop.

Helfen Sie ordne teil unter www.das-pta-magazin.de/halbbo-schwermetz. Hier geht es direkt zum Gewinnspiel.





Response-Element Beispiel



The screenshot shows the 'Aktionen' (Actions) page of the PTA website. At the top, there's a navigation bar with links like 'NEWS', 'FORTBILDUNG', 'PTA TESTER CLUB', 'APOTHEKERFRAGEN', 'PTA BEISPIEL', 'AKTIONEN', and 'MAGAZIN'. Below this is a banner for 'Otriven Protect' with the text 'Das verschluckte Pflaster für muskelschmerz, Kopfschmerz und Zahnschmerz'. The main section is titled 'Aktionen' and contains a calendar for the month of April. Below the calendar, there are several action cards, including 'Halsbeschwerden', 'Osterdekoration', and 'Das PTA + Marketing-Quiz April / Mai'. The 'Halsbeschwerden' card is circled in orange, indicating it is the focus of the example.

Aktionsstartseite Online

Mehr wissen – besser beraten

2-seitiger „gebrandeter“ Beitrag

Beratung ▶

Produktschulung ▶

Fortbildung ▶

Community ▶

Mehr wissen – besser beraten

- **Aktionsdauer:** 1 Monat
- **Print:**
 - Titel: **DAS PTA MAGAZIN**
 - Format: 2/1 Seite
- **Inhalt:** Inhaltlich sollten sich die Kernaussagen zur Indikation, zum Produkt und daraus resultierend die entsprechenden Empfehlungen/Beratungstipps auf der Doppelseite wiederfinden.
- **Online:** www.das-pta-magazin.de, Rubrik Aktionen
- **Kosten:** € 9.100,- zzgl. gesetzl. MwSt.
(bei Einschaltung über eine Agentur gewähren wir 10 % AE)
- **Leistungsumfang:** Texterstellung nach Briefing und Unterlagen des Kunden;
Gestaltung, Veröffentlichung print und online ;
maximal 2 Korrekturumläufe im Preis enthalten
- **Buchung/ Storno:** 4 Wochen vor Briefing (ein späteres Storno verursacht mind. 50 % Stornokosten)
- **Briefing:** 8 Wochen vor Erscheinen (Anlieferung von Text- und Bildmaterial)

Erfolgreich im HV

2-seitiger „gebrandeter“ Beitrag

Beratung ▶

Produktschulung ▶

Fortbildung ▶

Community ▶

Erfolgreich im HV

- **Aktionsdauer:** 1 Monat
- **Print:**
 - Titel: **DAS PTA MAGAZIN**
 - Platzierung: bestmöglich oder im Themenumfeld
 - Format: 2/1 Seite
 - Inhalt: Text/ Inhalt abgestimmt auf die Zielgruppe PTA: Hintergrundwissen, Beratung , Zielgruppen eines Produkts. Kurze und plakative/ illustrierte Aufzählung der Verkaufsargumente/ Tipps zum Produkt
- **Online:** www.das-pta-magazin.de, Rubrik Aktionen
 - Kurzer Teasertext mit Link zum PDF der Doppelseite;
 - zusätzlich Einbindung eines Online-Gewinnspiels möglich; Preis auf Anfrage
- **Kosten:** € 9.100 ,– zzgl. gesetzl. MwSt.
(bei Einschaltung über eine Agentur gewähren wir 10 % AE-Provision)
- **Leistungsumfang:** Texterstellung nach Briefing und Unterlagen des Kunden; Gestaltung print und online, Veröffentlichung; maximal 2 Korrekturumläufe im Preis enthalten
- **Buchung/ Storno:** 4 Wochen vor Briefing (ein späteres Storno verursacht mind. 50 % Stornokosten)
- **Briefing:** 8 Wochen vor Erscheinen (Anlieferung von Text- und Bildmaterial)

Beispiel

Erfolgreich im HV

TERZOLIN® – MEDIZINISCHE HILFE BEIM TABUTHEMA SCHUPPEN

Beratung

Das Arzneimittel Terzolin® ist seit über 30 Jahren ein bewährtes Mittel gegen Schuppen. Der enthaltene Wirkstoff Ketoconazol (2 %) hat sich in klinischen Studien als effektiv bei der Behandlung von Kopfschuppen erwiesen. Seit Januar 2019 wird Terzolin® von STADA vertreiben – und das zu einem günstigeren Preis als bisher.

Zielgruppe

Personen mit hartnäckigen Kopfschuppen suchen nach Terzolin® eine effektive Behandlungsmöglichkeit zur Verfügung.

Tipps

Zur Prophylaxe wird empfohlen, die Anti-Schuppen-Lösung einmal pro Woche aufzutragen oder alternativ einmal alle zwei Wochen.

Verkaufsargumente

1 Einfache Anwendung

Die medizinische Schuppen-Kur ist genauso einfach anzuwenden wie ein Shampoo, ist sanft zur Kopfhaut und pflegend für die Haare.

2 Belegte Wirksamkeit

Terzolin® ist nachweislich schnell wirksam gegen hartnäckige Kopfschuppen, bekämpft die Ursache, lindert Juckreiz und Rötungen und sorgt für bis zu 1 Monate Schuppenfreiheit.

3 Attraktives Preis-Leistungs-Verhältnis

Kameras profitieren von der Preisreduktion im Jahresbetrag: Terzolin® 60ml kostet nun 14,95€ (AVP alt: 19,49€) und Terzolin® 100ml kostet 22,90€ (AVP alt: 30,14€).

Terzolin®
Die medizinische Schuppen-Kur

Mitfönen
lösen unter Kopfschuppen.

Hintergrundwissen
z.B. zur Indikation/Anwendungsbereich

Zusätzlicher Tipp, z.B. zum Hintergrund

z.B. besonders vorteilhafte Darreichungsform

Zusatzinfos Produkt (z.B. seit 30 Jahren Nr. 1)

Weitere Eigenschaften (z.B. Phytotherapeutikum)

Anwendungshinweise Dos and Don'ts

Produkt-Check

1-seitiger „gebrandeter“ Beitrag

Produkt-Check

- **Aktionsdauer:** 1 Monat
- **Print:**
 - Titel: **DAS PTA MAGAZIN**
 - Platzierung: bestmöglich oder im Themenumfeld
 - Format: 1/1 Seite
 - Inhalt: Infos zu Wirkweise, Beratung und Besonderheit eines Produkts. Kurz und präzise formuliert, plakativ dargestellt.
- **Online:** www.das-pta-magazin.de, Rubrik Aktionen
kurzer Teasertext mit Link zum PDF der Seite
- **Kosten:** € 4.900,- zzgl. gesetzl. MwSt.
(bei Einschaltung über eine Agentur gewähren wir 10 % AE)

Bei Wiederholung des Motivs in unveränderter Form, z.B. in Kombination mit einem eTraining, wird der reguläre Anzeigenpreis einer 1/1 Anzeigenseite 4c berechnet (€ 3.900,- brutto) und gemäß Rabattstaffel rabattiert.
- **Leistungsumfang:** Texterstellung nach Briefing und Unterlagen des Kunden;
Gestaltung print und online, Veröffentlichung;
maximal 2 Korrekturumläufe im Preis enthalten
- **Buchung/ Storno:** 4 Wochen vor Briefing (ein späteres Storno verursacht mind. 50 % Stornokosten)
- **Briefing:** 8 Wochen vor Erscheinen (Anlieferung von Text- und Bildmaterial)

Beispiel

Produkt Check

Wiederkehrende Darmbeschwerden wie Blähungen, Völlegefühl und Schmerzen sind für viele Betroffene sehr belastend, besonders in Alltagssituationen. Carmenthin® mit Pfefferminzöl und Kümmelöl wirkt durch die magensaftresistente Kapsel direkt im Darm schmerzlindend und krampflösend sowie entblähend und beruhigend. Es lindert nachweislich die Symptomatik.



Steckbrief Carmenthin®

- Pflanzlich und gut verträglich
- Hochdosierte Wirkstoffkombination
- Pfefferminzöl lindert Krämpfe und Schmerzen
- Kümmelöl wirkt krampflösend und lenkt die Gasbildung
- Erste Wirkung bereits nach 1 bis 1,5 Stunden
- Deutliche Verbesserung der Symptome nach zwei Wochen nachweisbar
- Unkomplizierte Einnahme zweimal täglich, morgens und mittags

Die Zielgruppe

Carmenthin® kann ab einem Alter von 12 Jahren angewendet werden. Das Arzneimittel lindert funktionelle Magen-Darm-Beschwerden wie Blähungen, Völlegefühl sowie Krämpfe und Schmerzen spürbar und ist gut verträglich. Besonders Betroffene mit anhaltenden oder wiederkehrenden Beschwerden profitieren nachweislich von der Linderung.

Die Beratungstipps

Die magensaftresistenten Weichkapseln werden zitterkräftig mit einem großen Glas Wasser eingenommen. Der ideale Zeitpunkt ist 30 Minuten vor einer Mahlzeit, am besten morgens und mittags. Aber auch unabhängig von einer Mahlzeit kann die Einnahme erfolgen. Carmenthin® bei Verdauungsbeschwerden eignet sich für Kunden, die mit Blähungen, Völlegefühl und krampfartigen Schmerzen bei der PTA suchen. Wichtig, um eine vorzeitige Auflösung der magensaftresistenten Kapsel zu verhindern: Zu Antazida ist ein Einmalmaßband von mindestens einer Stunde einzuhalten. Die Einnahme sollte nicht eine bis drei Stunden nach der Einnahme eines Protonenpumpeninhibitors erfolgen.

Die Wirkweise

Carmenthin® enthält die Kombination aus Pfefferminzöl und Kümmelöl. Pfefferminzöl wirkt krampflösend durch eine Entspannung der glatten Darmmuskulatur. Schmerzen werden über die Aktivierung der Kälterezeptoren in der Darmmuskulatur gedämpft. Kümmelöl wirkt entblähend, da es Schäume im Darm verfallen lässt, eingeschlossene Gase können so über die Darm-schleimhaut resorbiert werden. Außerdem kommen es die Gasbildung, da es bestimmte potentiell pathogene Bakterien und Pilze bzw. spezielle Gasbildner im Wachstum hemmt. Die magensaftresistente Kapsel transportiert die Öle verlustfrei direkt in den Darm.




Carmenthin® (Carmenthin®) enthält Pfefferminzöl und Kümmelöl. Pfefferminzöl wirkt krampflösend durch eine Entspannung der glatten Darmmuskulatur. Schmerzen werden über die Aktivierung der Kälterezeptoren in der Darmmuskulatur gedämpft. Kümmelöl wirkt entblähend, da es Schäume im Darm verfallen lässt, eingeschlossene Gase können so über die Darm-schleimhaut resorbiert werden. Außerdem kommen es die Gasbildung, da es bestimmte potentiell pathogene Bakterien und Pilze bzw. spezielle Gasbildner im Wachstum hemmt. Die magensaftresistente Kapsel transportiert die Öle verlustfrei direkt in den Darm.



© 2019 PTA-MAGAZIN — August 23, 2019 — 37

Scrollytelling (oder Storytelling)

OnePager auf www.das-pta-magazin.de

Scrollytelling (oder Storytelling)

- **Was ist das ?**

Eine Seite (One Pager) in der Anmutung von das-pta-magazin.de

- **Wie ist das aufgebaut?**

Dramaturgie von oben nach unten, flexibler Einsatz der möglichen Elemente mit insgesamt starker visueller Ausrichtung: (Info-)Grafiken, aufmerksamkeitsstarke Bilder, Zitate und Test-Elementen (Zwischenfragen)

- **Auf welchen Devices funktioniert es am besten?**

Eigentlich überall – optimiert für PC, Tablet, Smartphone

- **Welche Inhalte bieten sich an?**

U.a. geeignet für Videos, Artikel (kurze), Zitate, Downloadelemente, Grafiken/Bilderstrecken

- **Wo wird es eingebunden?**

Mit Teaserbild und -text in einer mit Anzeige gekennzeichneten Newsbox auf der Startseite oder in einer eigenen „Kachel“ (= Teaserbox, ebenfalls mit Anzeige gekennzeichnet) im thematisch passenden Dossier

- **Wie kann das Storytelling gefunden werden?**

Der Teaser wird über die Suche gefunden

Warum Storytelling in der Zielgruppe PTA?

Die Zielgruppe

- 47% der Besucher von www.das-pta-magazin.de kommen bereits über mobile Endgeräte auf die Seite.
- Die Inhalte/ Informationen sollen übersichtlich dargestellt und schnell konsumierbar sein, dabei aber auch den fachlichen Ansprüchen genügen.
- Informationen sollen auch unterwegs gut abrufbar sein, mit kurzen Ladezeiten.

Der Kunde

- Der Kunde möchte grundsätzlich zu einer Indikation in der Selbstmedikation informieren.
- Er möchte seine Produktbotschaften so kommunizieren, dass sie bei den PTA verankert werden, diese aber nicht „langweilen“, sondern als „Service“ für den Apothekenalltag verstanden werden.

Die Lösung

Kunde und Verlag (CP-Redaktion) können über verschiedenen Formate (Videos, Zitate, grafische Darstellungen etc.) Informationen zu einer Story zusammenfügen, die einerseits die vom Kunden gewünschten Kommunikationsziele erreicht, andererseits dem geänderten Medienkonsumverhalten der Zielgruppe entgegen kommt.

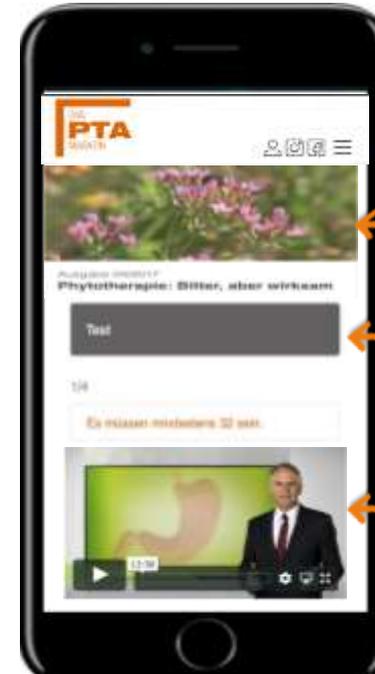
Beispielhafte Gliederung für ein Scrollytelling



Startseite www.das-pta-magazin.de
(Desktop-Ansicht)



Startseite www.das-pta-magazin.de
(mobile Ansicht)



Hintergrundwissen

Wissenscheck

Experteninterview

Weitere denkbare Elemente:

- Beratungsgespräch (z.B. animiert)
- Verkaufsargumente
- Produktsteckbrief
 - TV-Spot

(insgesamt max. 5 Features)

Wie wird das Storytelling zusätzlich beworben



1x als Empfehlung während einer 1-monatigen Laufzeit im exklusiven PTA Tester-Club Preview Newsletter (ca. 10.300 Empfänger)



Startseite
www.das-pta-magazin.de
 (mobile Ansicht)



1x als Advertorial während einer 1-monatigen Laufzeit im wöchentlichen Newsletter (ca. 5.700 Empfänger)

Storytelling (oder Scrollytelling)

- **Aktionsdauer:** 1 Monat, Verlängerung möglich
- **Site/ Platzierung:** Onepager auf www.das-pta-magazin.de,
Platzierung als Newsbox auf der Startseite oder im thematisch passenden Dossier
- **Kosten:** € 9.100 ,– zzgl. gesetzl. MwSt.
(bei Einschaltung über eine Agentur gewähren wir 10 % AE)
Verlängerung pro Monat € 1.500,-- zzgl. gesetzl. MwSt. (AE-fähig)
Einbindung des Onepagers auf der Website des Kunden – einmalig € 2.500,- (AE-fähig)
- **Leistungsumfang:** Texterstellung eines Textes mit 8.000 Zeichen (entspricht ca. einer Doppelseite)
nach Briefing und Unterlagen des Kunden;
Konzeption und Abstimmung des Onepagers, Erstellung mit dem Tool
Knowledgeworker unter Einbindung der vom Kunden angelieferten Materialien
Maximal 2 Korrekturumläufe im Preis enthalten
1x Empfehlung im Preview-Newsletter für den PTA Tester-Club
1 x ein Advertorial im wöchentlich Newsletter von DAS PTA MAGAZIN
- **Buchung/ Storno:** 4 Wochen vor Briefing (ein späteres Storno verursacht mind. 50 % Stornokosten)
- **Briefing:** 9 Wochen vor Livegang (Anlieferung von Text- und Bildmaterial)

FORTBILDUNG

Beratung ▶

Produktschulung ▶

Fortbildung ▶

Community ▶

Fortbildung punktet

Einjährige Aktion mit einem Fortbildungspunkt

Fortbildung punktet

- **Aktionsdauer:** 1 Jahr, zertifiziert durch die Bundesapothekerkammer mit 1 Fortbildungspunkt
- **Print**
 - Titel: **DAS PTA MAGAZIN**
 - Format: 12-seitige Beilage
 - Inhalt: Seite 1: Titel „Fortbildung punktet“, Seiten 2 bis 8: Zertifizierter Fortbildungsartikel (produktneutral), Seiten 9 und 10: Frage-/Antwortbogen (10 Fragen) / Impressum, Seiten 11 und 12: Produktspezifischer Artikel (inkl. Beratungstipps) / Pflichttext)
- **Online:** www.das-pta-magazin.de/fortbildungen
- **Kosten:** € 21.500 ,–
Alle genannten Preise verstehen sich zzgl. gesetzl. MwSt.
(bei Einschaltung über eine Agentur gewähren wir 10 % AE)
- **Leistungsumfang:** Texterstellung nach Briefing und Unterlagen des Kunden; Zertifizierung; Gestaltung print und online, Druck, Veröffentlichung in der Gesamtauflage **DAS PTA MAGAZIN**; Bearbeitung von Fragebogenrückläufern in print; Onlinestellung und Pflege der Fortbildung für 1 Jahr; regelmäßiges Reporting über die Teilnehmerzahlen; eine Reminder-Anzeige (Format 1/3 Seite hoch); maximal 2 Korrekturumläufe sind im Preis enthalten
- **Buchung/ Storno:** 4 Wochen vor Briefing (ein späteres Storno verursacht mind. 50 % Stornokosten)
- **Briefing:** 17 Wochen vor Erscheinen (Anlieferung von Text- und Bildmaterial)

Beispiel Beilage



Beispiel Reminder-Anzeige



Beratung ▶

Produktschulung ▶

Fortbildung ▶

Community ▶

Zertifizierte Fortbildungen in der PTA-Welt

Schritt 2: „Fortbildung punktet“ geht online



- Der Bereich “Fortbildung” ist neben “Apothekenpraxis” und der Community “PTA Tester-Club” einer der drei Schwerpunkte des PTA-Portals www.das-pta-magazin.de.
- Es ist bei den PTA gelernt, dass hier laufend neue Fortbildungen stattfinden.
- Jede aktuelle Fortbildung wird in einem eigenen Fenster/ Kachel präsentiert.
- Da das Portal responsive ist, ist eine Teilnahme z. B. auch über das Smartphone möglich (wichtig für PTA).
- Die Teilnehmerzahlen liegen in der Regel zwischen 1.300 und 1.700 Absolventen/Fortbildung.

Zertifizierte Fortbildungen in der PTA-Welt

Schritt 2: „Fortbildung punktet“ geht online



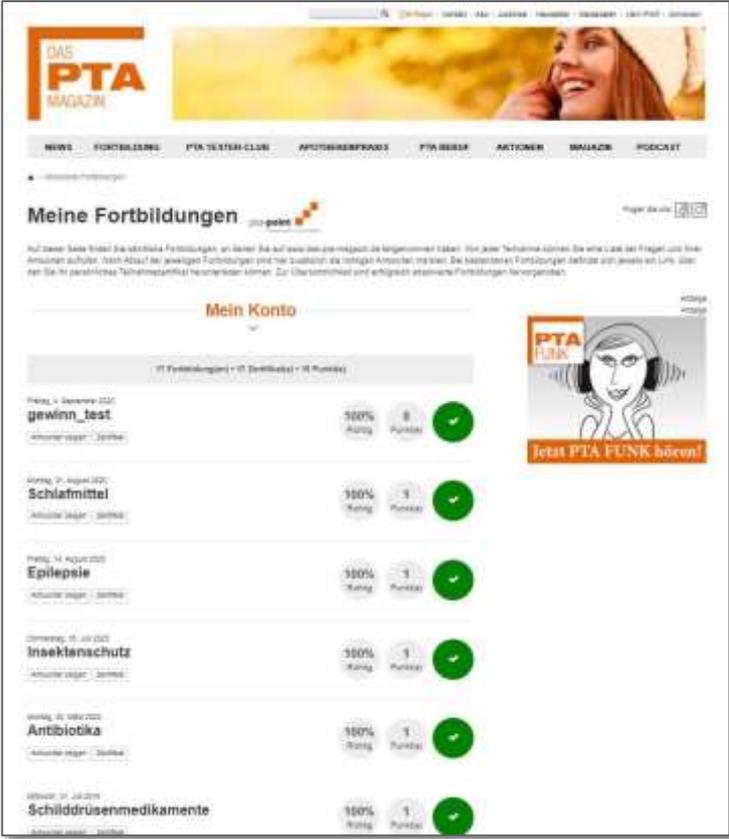
The screenshot shows the homepage of 'DAS PTA-MAGAZIN'. The main article is titled 'Epilepsie: Blitzschlag im Gehirn' by Franz-Johannes. It features a video player for 'PTA F2001: Was ist die richtige PTA-rolle?' and a list of bullet points summarizing the article's content. On the right side, there are several smaller articles and a 'Newsletter' sign-up form.

Die zertifizierte Fortbildung geht parallel zum Erscheinungstermin der Print-Beilage live

- Der zertifizierte Text wird als Fortbildungsartikel dargestellt.
- Der potentielle Teilnehmer muss sich registrieren bzw. einloggen, wenn er den Fortbildungsartikel vollständig lesen und an der Fortbildung teilnehmen möchte.
- Ergänzend dazu wird das PDF der Beilage (mit Produktteil) zum Download bereit gestellt.

Zertifizierte Fortbildungen in der PTA-Welt

Schritt 2: „Fortbildung punktet“ geht online



Meine Fortbildungen

Auf dieser Seite finden Sie alle Ihre Fortbildungen, die Sie bereits besucht haben. Sie können die Fortbildungen, die Sie besucht haben, hier sehen. Die Fortbildungen, die Sie besucht haben, sind hier aufgelistet. Die Fortbildungen, die Sie besucht haben, sind hier aufgelistet. Die Fortbildungen, die Sie besucht haben, sind hier aufgelistet.

Mein Konto

11 Fortbildungen | 11 Zertifikate | 11 Punkte

Titel	Datum	Rang	Punkte	Status
gewinn_test	Freitag, 4. Dezember 2020	100% Rang	8 Punkte	✓
Schlafmittel	Montag, 9. August 2020	100% Rang	1 Punkte	✓
Epilepsie	Freitag, 14. August 2020	100% Rang	1 Punkte	✓
Insektenschutz	Dienstag, 11. Juli 2020	100% Rang	1 Punkte	✓
Antibiotika	Freitag, 20. März 2020	100% Rang	1 Punkte	✓
Schilddrüsenmedikamente	Freitag, 20. März 2020	100% Rang	1 Punkte	✓

PTA FUNK
Jetzt PTA FUNK hören!

- Mit der Registrierung eröffnet die PTA ein Fortbildungskonto.
- Mit jeder erfolgreichen Teilnahme (80 % der Fragen müssen richtig beantwortet sein), werden der Punkt auf dem Konto erfasst und es wird automatisch ein Teilnahmezertifikat ausgestellt.

Fortbildung gewinnt

12-seitige Beilage mit Gewinnspiel

Fortbildung gewinnt

- **Aktionsdauer:** 1 Jahr
- **Titel:** **DAS PTA MAGAZIN**
Format: 12-seitige Beilage
Inhalt: Seite 1: Titel „Fortbildung gewinnt“,
Seiten 2 bis 8: Fortbildungsartikel,
Seiten 9 und 10: Produktwissen (produktspezifischer Artikel inkl. Beratungstipps) / Pflichttext,
Seite 11: Fragebogen (10 geschlossene Frage)
Seite 12: Gewinnspielbeschreibung mit offener Zusatzfrage, Verweis auf Teilnahmemöglichkeiten/
Impressum
- **Online:** www.das-pta-magazin.de/fortbildungen
Die Teilnehmer, die 70% der Fragen richtig beantwortet haben, erhalten automatisch ein
Teilnahmezertifikat und gelangen in die Auslosung für das Gewinnspiel.
- **Kosten:** **€ 19.500,-**
Alle genannten Preise verstehen sich zzgl. gesetzl. MwSt.
(bei Einschaltung über eine Agentur gewähren wir 10 % AE)
- **Leistungsumfang:** Texterstellung nach Briefing und Unterlagen des Kunden;
Gestaltung Print und online, Druck, Verbreitung mit der Gesamtauflage **DAS PTA MAGAZIN**;
Onlinestellung und Pflege der Fortbildung für 1 Jahr;
Reporting über die Teilnehmerzahlen;
Eine Reminder-Anzeige (Format 1/3 Seite hoch) sowie zwei Advertorials im wöchentlichen Newsletter
Maximal 2 Korrekturumläufe sind im Preis enthalten.
Nicht im Preis enthalten sind die Kosten der ausgelobten Gewinne und deren Versand/-kosten) .
Diese wählt der Kunde aus und legt Anzahl sowie deren Wert fest.
- **Buchung/ Storno:** 4 Wochen vor Briefing (ein späteres Storno verursacht mind. 50 % Stornokosten)
- **Briefing:** 9 Wochen vor Erscheinen (Anlieferung von Text- und Bildmaterial)

Beispiel Print



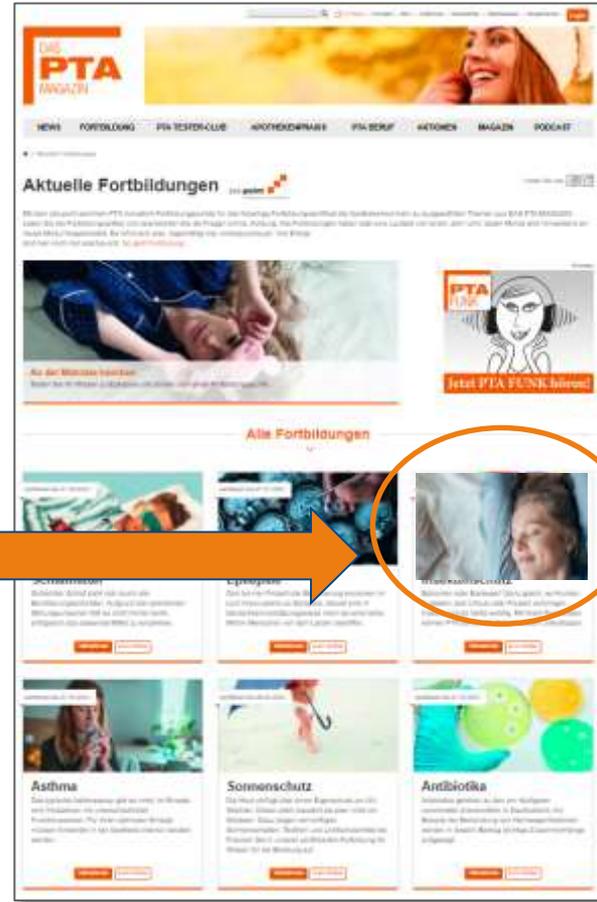
Beratung ▶

Produktschulung ▶

Fortbildung ▶

Community ▶

Beispiel Online



Fragebogen und Gewinnspielankündigung

Fortbildungsseite Online

Teilnahmezertifikat

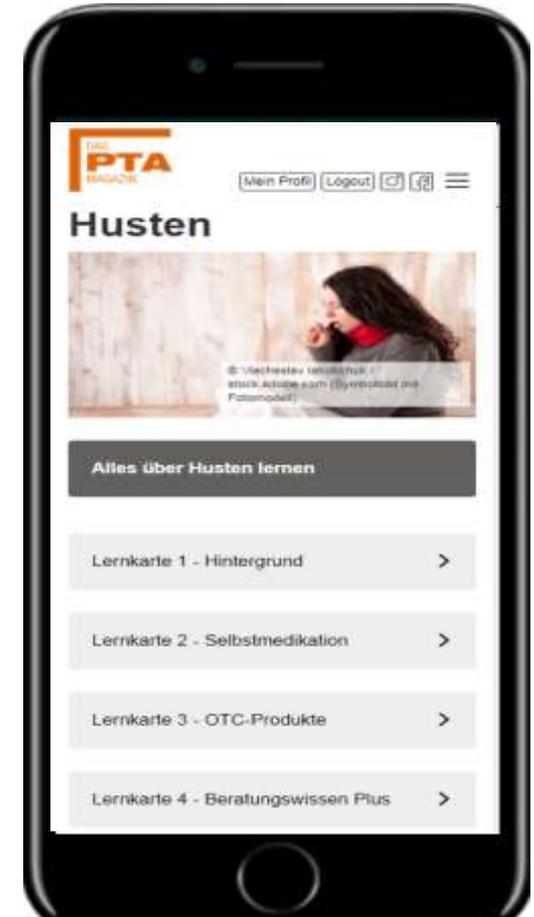
eTraining | OTC-Check

Fortbildung zu den wichtigsten Indikationen der
Selbstmedikation

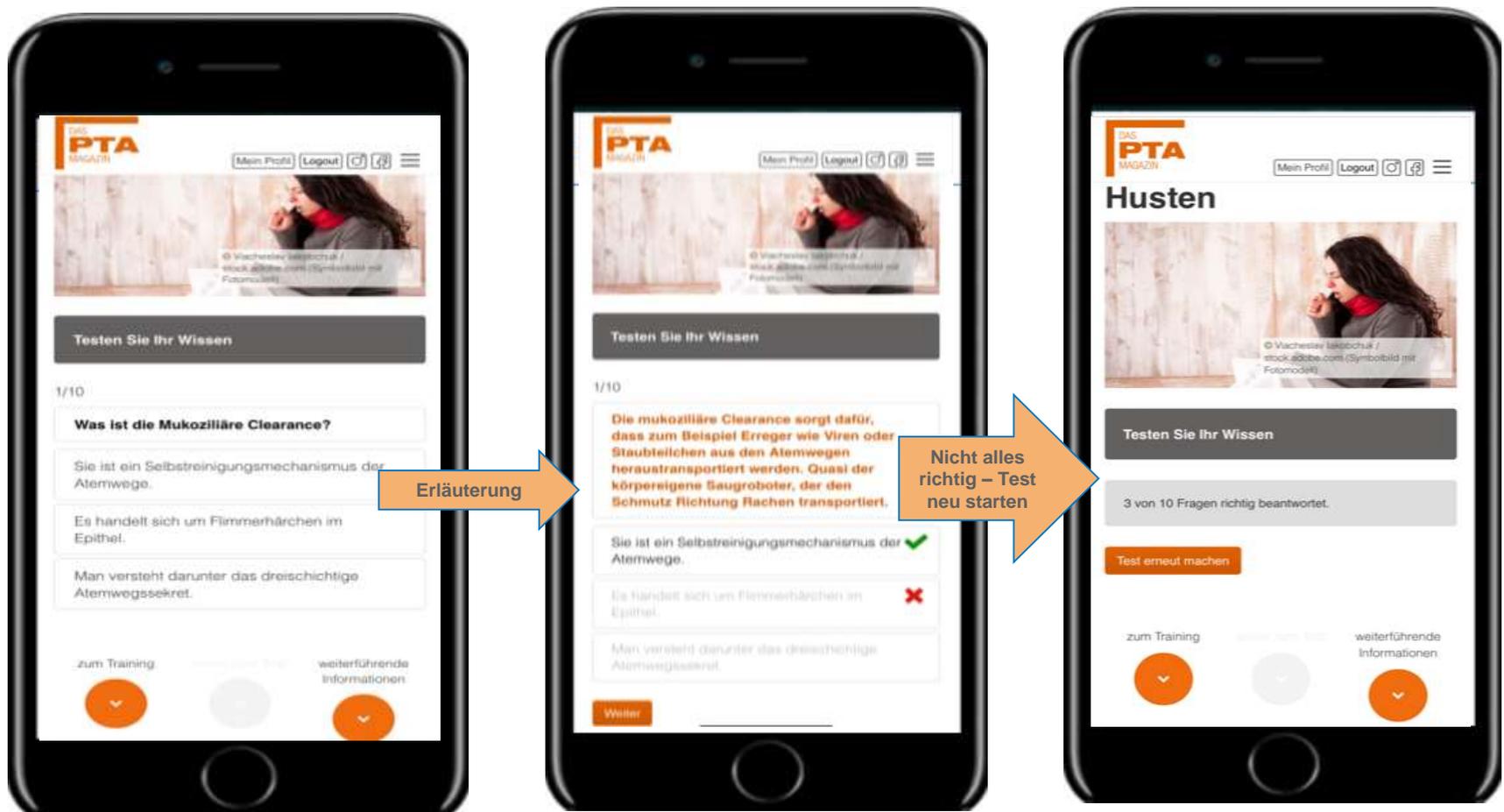
eTraining | OTC-Check



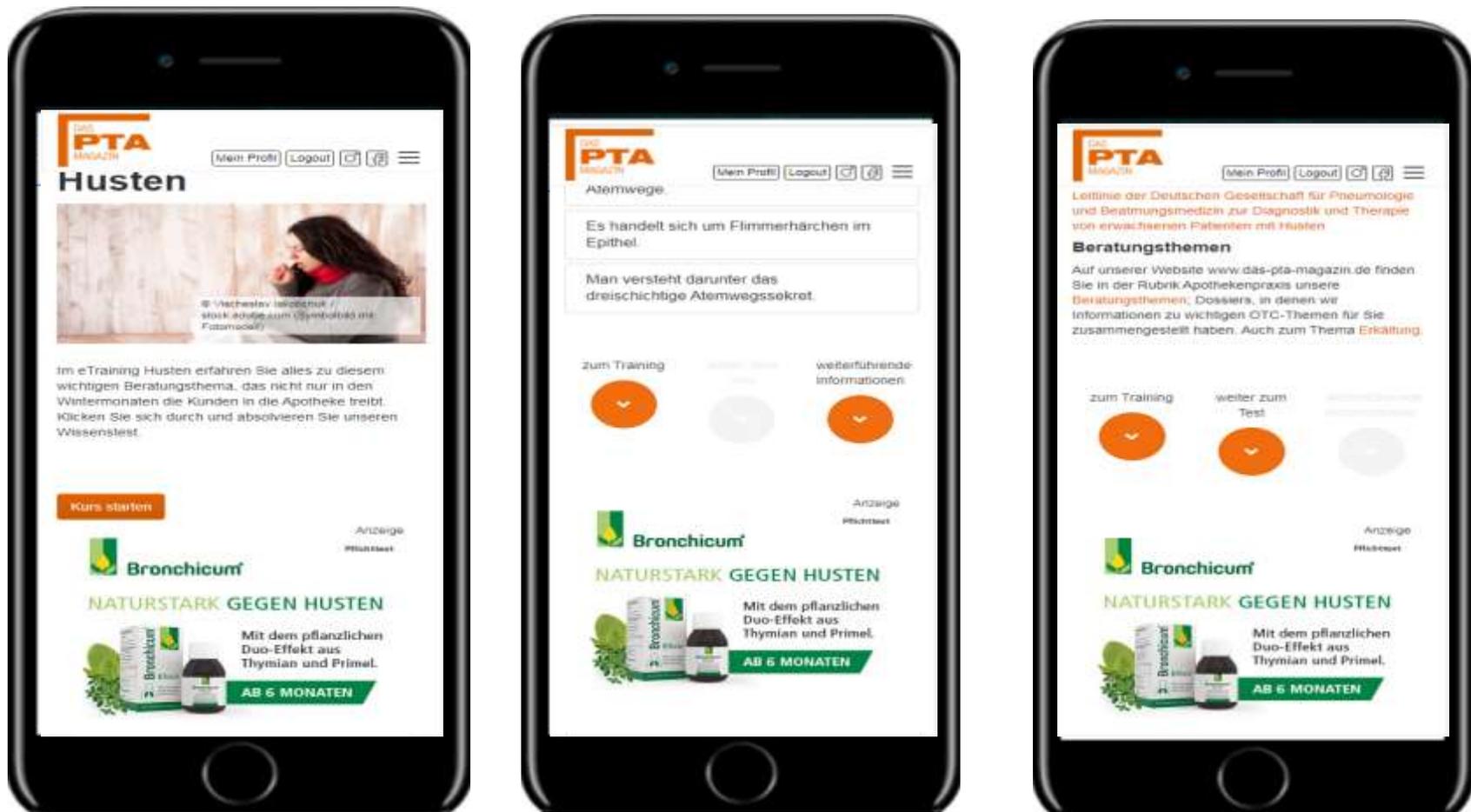
- Das eLearning-Format mit dem inhaltlichen Schwerpunkt „Indikationen der Selbstmedikation“ ist optimiert für mobile Endgeräte.
- Didaktisch aufgebaut wie ein Repetitorium oder eine Prüfungsvorbereitung, erlaubt es der PTA, „kurz, aber fundiert“ ihr Wissen aufzufrischen, sich selbst zu testen und darüber hinaus an der Verlosung attraktiver Gewinne teilzunehmen.
- eTraining ist als redaktionelle Serie mit einer saisonalen Verfügbarkeit der einzelnen Lerneinheiten (z.B. der Erkältungssaison) gedacht.
- Ein eTraining hat je nach Indikation 3 bis 5 Kapitel (Lernkarten) und ist in der Regel in 10 bis max. 20 Minuten zu absolvieren.
- Die eTrainings sind inhaltlich produktneutral gehalten, enthalten aber als Service immer eine Lerneinheit, in der die gängigsten OTC-Produktkategorien mit den entsprechend zugeordneten Produkten genannt werden.



So funktioniert das eTraining | Wissen trainieren ohne Begrenzung

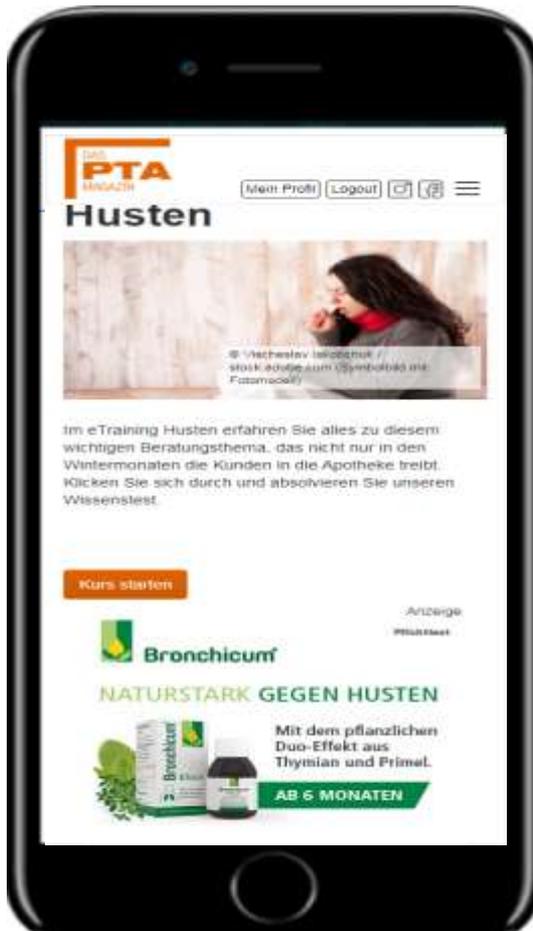


eTraining | OTC-Check – mit Beteiligung eines Kunden



Das Werbemittel des Kunden wird im gesamten eTraining ausgespielt

eTraining | OTC-Check – mit Beteiligung eines Kunden



Vom Banner im eTraining zum eigenen **Content Hub** (Dossier) mit weiterführender Information in bis zu 6 eigenen Bausteinen (Text, Bewegtbild etc.) auf www.das-pta-magazin.de



Vom Banner im eTraining zur eigenen **Microsite** mit weiterführender Information und möglicher Verlinkung zum Kunden

eTraining mit Kundendossier (Content Hub) zum Thema

- Aktionsdauer: maximal 12 Monate – der Kunde belegt das eLearning exklusiv
- Titel/ Träger : www.das-pta-magazin.de
- Format: Für mobile Endgeräte optimiertes eLearning in Form eines Repetitoriums; nicht BAK-zertifiziert; Verlängerung durch ein kundenspezifisches Dossier (Content Hub) zum Thema
- Inhalt: Möglich sind alle Indikationen der Selbstmedikation

- Kosten:

3 Monate	6 Monate	12 Monate
EUR 8.045,-	EUR 12.340,-	EUR 19.780,-

Alle genannten Preise verstehen sich zzgl. gesetzl. MwSt. (bei Einschaltung über eine Agentur gewähren wir 10 % AE)

- Leistungsumfang: Einbindung der angelieferten Werbemittel des Kunden in das eTraining; Aufbau (mit angeliefertem Material des Kunden), Liveschaltung und Verlinkung des Kundendossiers (zum eTraining, Website des Kunden); Bewerbung des eTrainings in DAS PTA MAGAZIN und in den Newslettern ; Reporting über die Teilnehmerzahlen; maximal 2 Abstimmungsläufe sind im Preis enthalten
- Buchung/ Storno: 4 Wochen vor Briefing (ein späteres Storno verursacht mind. 50 % Stornokosten)
- Briefing: 9 Wochen vor Erscheinen (Anlieferung von Text- und Bildmaterial)

eTraining mit hinterlegtem Text (Microsite) zum Thema

- Aktionsdauer: maximal 12 Monate – der Kunde belegt das eLearning exklusiv
- Titel/ Träger : www.das-pta-magazin.de
- Format: Für mobile Endgeräte optimiertes eLearning in Form eines Repetitoriums; nicht BAK-zertifiziert; Verlängerung durch hinterlegten, kundenspezifischen Text zum Thema
- Inhalt: Möglich sind alle Indikationen der Selbstmedikation

- Kosten:

3 Monate	6 Monate	12 Monate
EUR 6.045,-	EUR 8.140,-,-	EUR 12.780,-

Alle genannten Preise verstehen sich zzgl. gesetzl. MwSt. (bei Einschaltung über eine Agentur gewähren wir 10 % AE)

- Leistungsumfang: Einbindung der angelieferten Werbemittel des Kunden in das eTraining ; Einbindung des angelieferten Textes in das eTraining (ggfs. Verlinkung zu Angeboten des Kunden); Bewerbung des eTrainings in DAS PTA MAGAZIN und in den Newslettern ; Reporting über die Teilnehmerzahlen; maximal 2 Abstimmungsläufe sind im Preis enthalten
- Buchung/ Storno: 4 Wochen vor Briefing (ein späteres Storno verursacht mind. 50 % Stornokosten)
- Briefing: 9 Wochen vor Erscheinen (Anlieferung von Text- und Bildmaterial)

COMMUNITY

Beratung ▶

Produktschulung ▶

Fortbildung ▶

Community ▶



Empfehlungs-Marketing
in Kooperation mit **DAS PTA MAGAZIN**



WAS IST „DER PTA TESTER-CLUB“?

- DER PTA TESTER-CLUB ist eine Test-Community für PTA, der 2010 gegründet wurde, im Jahr 2020 also bereits ihr 10 jähriges Bestehen feiert.
- Kunden können in dieser von der Zeitschrift innerhalb der Leserschaft von DAS PTA MAGAZIN rekrutierten Community, die rd. 10.279 (*) Mitglieder umfasst, Produkte durch die Fachzielgruppe PTA testen und bewerten zu lassen und/oder Befragungen durchzuführen.
- Aus den Beurteilungen können Rückschlüsse z. B. die weitere Strategie gezogen werden. Darüber hinaus können die Ergebnisse auch für kommunikative Zwecke zum Einsatz kommen.
- Die TesterInnen lernen zudem häufig als Erste neue Produkte kennen und werden durch ihre Glaubwürdigkeit zu wichtigen Empfehlern innerhalb der Fachkreise (von PTA zu PTA), aber insbesondere auch bei ihren Kunden in der Apotheke.
- Während der Tests und Befragungen werden die Beteiligungsquoten streng gemonitort und gegebenenfalls noch einmal per Mailing an das Ausfüllen des Fragebogens erinnert, so dass die Responsequoten in der Regel zwischen 85% und 90% liegen, gelegentlich sogar darüber.
- Im Laufe der Jahre wurden über 80 Produkttest und Befragungen durchgeführt. Die Expertise auf Verlagsseite ist somit garantiert.

(*) Stand 30.04.2021

Wer kann mitmachen?

- Für den PTA TESTER-CLUB können sich alle Pharmazeutisch-technischen AssistentInnen mit abgeschlossener Berufsausbildung registrieren.
- Durch diesen Selektionsprozess können ganz bewusst auf diese Fachzielgruppe ausgerichtete Fragen im Rahmen von Tests, Bewertungen oder Umfragen gestellt werden.



Das Original

2010 Bayer Vital GmbH – Canesten® GYN Sensicare Intim-Waschlotion; Pierre Fabre – Hydrance Optimale UV leicht / Hydrance Optimale UV reichhaltig; Dr. Willmar Schwabe – TUIM® Urofemin®; **2011** Chefaro – Dermalex® Neurodermitis / Dermalex® Kontaktekzem; Bayer Vital GmbH – Bepanthol® Fußcreme; Birken – Imlan® Creme Pur; GABA – elmex® EROSIONSSCHUTZ Zahnpasta; **2012** Galderma – Cetaphil® 24 h Intensiv-Feuchtigkeitspflege; Procter & Gamble – Anti-Aging-Pflege SERUM7; Reckitt Benckiser – Scholl Professional SOS Repair Fußcreme; Philips – Philips BlueTouch; Apotheker Walter Bouhon – frei® SENSITIVE BALANCE GesichtsCreme und KörperLotion; GABA – meridol® Produkte; Riemsler – bite away®; GABA – elmex® SENSITIVE PROFESSIONAL™; Hermes Arzneimittel – Cevitt® Hals & Rachen Lutschtabletten; Krewel Meuselbach – Aspecton® Nasenspray; Apotheker Walter Bouhon – frei® Anti Age Hyaluron Lift SerumKonzentrat und Tagespflege; **2013** P&M Cosmetics – DERMASENCE Mousse Reinigungsschaum; Protina – Basica® Intensiv-Kur; Protina – Magnesium-Diasporal® 400 EXTRA direkt; Vichy – IDÉALIA LIFE SERUM; Bayer Vital GmbH – Bepanthen® Augentropfen; Apotheker Walter Bouhon – frei® CLEAR BALANCE Pflegeserie; Bayer Vital GmbH – Lefax® extra Lemon Fresh; Pierre Fabre – DEXERYL® Creme; Bayer Vital GmbH – Umfrage zu Aspirin® Complex; DHU – Umfrage zu Schüßler-Salzen; **2014** Bayer Vital GmbH – Rennie® Fresh; Bayer Vital GmbH – Bepanthol® Körperlotion; Bayer Vital GmbH – Umfrage zu Aspirin®; Bayer Vital GmbH – Umfrage zu Canesten® Extra Nagelset; Omron – OMRON M500; Engelhard Arzneimittel – isla® med hydro+; Bayer Vital GmbH – Bepanthol® Körperlotion Plus; Bayer Vital GmbH – Umfrage Lefax® eLearning; Bayer Vital GmbH – Umfrage Talcid®; Procter & Gamble – WICK VapoSpray Hypertonisch; Merck – VIGANTOLETTEN® STICKS; **2015** Bayer Vital GmbH – Rennie® Direkt; Bayer Vital GmbH – Umfrage zu Lefax®; Pierre Fabre – Eau Thermale Avène Sonnenspray SPF 30; Bayer Vital GmbH – Umfrage zu Talcid®; Biologische Heilmittel Heel – Umfrage zu Neurexan®; Pierre Fabre – Hydrance OPTIMALE Perfekter Teint; Bionorica – Umfrage zu Canephron® N/Bronchipret®/Imupret®/Sinupret®; **2016** Pierre Fabre – Tolérance Extrême Feuchtigkeitsmaske; Pierre Fabre – Keracnyl PP Creme und Keracnyl Waschgel; **2017** Protina – Basica Vital® pur; Bayer Vital GmbH – Umfrage zu Bepanthen® Augentropfen; Dr. Kade Pharma – Posterisan® protect; P&M Cosmetics – DERMASENCE Vitop forte; **2018** Biologische Heilmittel Heel – Coolakut® Stich & Sun Pflege-Gel; Ascencia – Contour® Next One Blutzuckermessgerät + Contour® Diabetes App; Klosterfrau – Umfrage zu Bronchicum®; **2019** Pierre Fabre – Antirougeurs JOUR Feuchtigkeitscreme SPF 20; STADA – Probielle® Balance; Pierre Fabre – DermAbsolu Verjüngende Augenpflege; STADA – EUNOVA®; STADA – Ladival® Tattoo LSF 50; P&M Cosmetics – DERMASENCE Vitop forte Junior; STADA – Magnetrans® duo-aktiv 400 mg; SANGI Europe – APAGARD PREMIO Zahncreme; Trommsdorff – AC-Vital® B12.*

WIR DANKEN ALLEN KUNDEN

UND PTA TESTER-CLUB-MITGLIEDERN

10 JAHRE



PTA TESTER-CLUB

*Die genannten Firmen/Produkte entsprechen dem Stand zur Zeit der Textveröffentlichung.

Unsere Angebote

- PTA TESTER-CLUB **Premium** – Testkampagne oder Befragung.
- PTA TESTER-CLUB **Standard** – Testkampagne oder Befragung.
- PTA TESTER-CLUB **Basic** – Testkampagne oder Befragung.



PTA TESTER-CLUB
Premium

PTA Tester-Club Premium

- **Aktionsdauer:** 4 Monate
- **Print:**
 - Titel: **DAS PTA MAGAZIN**
 - Formate: 1/1 Seite Ankündigung, 2/1 Seite Testbericht
- **Online:** www.das-pta-magazin.de/testerclub
 - Formate: Ankündigung online, Testbericht online (umfangreicher als Print, bleibt zeitlich unbegrenzt auf der Seite), Meldungen im Newsletter
- **Kosten:** **Siehe Preisübersicht**
- **Leistungsumfang:**
 - Gestaltung aller Print- und Online-Auftritte.
 - Unterstützung bei der Fragebogenerstellung.
 - Selektion der TesterInnen/Befragungsteilnehmer (maximal 1.000).
 - Überstellen der Adressen zum Versand der Produkte/Materialien **ODER** Versand durch den Verlag.
 - Hotline und Betreuung der TesterInnen während der Tests/Umfragen.
 - Analyse und Aufbereitung der Test-/Untersuchungsergebnisse.
 - Texterstellung nach Briefing und in Absprache mit dem Kunden.
 - Veröffentlichung auf den jeweiligen „Kanälen“ wie beschrieben.
 - Maximal 2 Korrekturumläufe sind im Preis enthalten
 - „Gütesiegel“ PTA Tester-Club zur Verwendung durch den Kunden
- **Buchung/ Storno:** 4 Wochen vor Briefing (ein späteres Storno verursacht mind. 50 % Stornokosten)
- **Briefing:** 3 Wochen vor Erscheinen der Ankündigung (Anlieferung von Text- und Bildmaterial)

Typischer Ablauf einer Premium-Testkampagne

1. **Ankündigung** und Aufruf im Magazin (1/1 Seite)
2. **Erstellung des Fragebogen** in Kooperation mit dem Kunden
3. **Auswahl** und Benachrichtigung der selektierten Tester
4. **Versand** der zu testenden Produkte/Unterlagen
5. **Testphase** (in der Regel 2 Wochen)
6. **Ergebnisse**
7. **Kommunikation** in den Medien des Springer Medizin Verlages (Website, Newsletter, Print (1x 2/1 Seite))



4 MONATE

Beispiel Premium-Testkampagne

Ankündigung und Aufruf im Heft und auf der Website



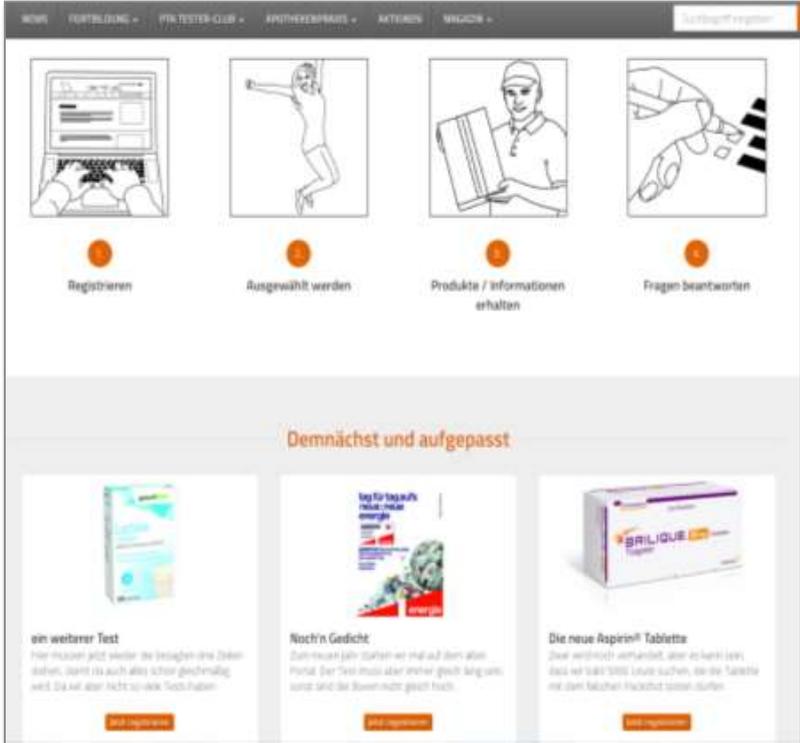
PTA TESTER-CLUB

Demnächst im Test

DERMASENCE Vitop forte – der Schutzschim aus der Natur mit der wiederentdeckten Kraft der Waldpflanze für die trockene, gereizte Haut.

DERMASENCE
MEDIZINISCHE HAUTPFLEGE

PTA TESTER-CLUB



HOME FORTBILDUNG PTA TESTER-CLUB APOTHEKERFRAGEN AKTUELLES MAGAZIN

Jetzt registrieren

1. Registrieren
2. Ausgewählt werden
3. Produkte / Informationen erhalten
4. Fragen beantworten

Demnächst und aufgepasst

- ein weiterer Test**
Hier müssen jetzt wieder die Besonderen ihre Zähne dabei, damit sie auch alles schon geschmackig wird. Da wir aber nicht so viele Teststufen...
- Nach'n Gedicht**
Zum Neuen gibt's natürlich viel auf dem alten Poetik. Der Text muss aber vorher gleich lang sein, sonst sind die Reime nicht gleich hoch.
- Die neue Aspirin® Tabletts**
Zwar wir nicht verändert, aber es kann sein, dass wir bald 5000 Leute suchen, die die Tabletts mit dem falschen Packungsbild lesen dürfen.

Beispiel Premium-Testkampagne

PTA TESTER-CLUB
Der Schutzschirm für die Haut

DERMASENSE Vitop forte testeten 439 PTA. Die Creme eignet sich besonders zur Pflege bei trockener und gereizter Haut sowie Neurodermitis. Mit ihrem einzigartigen Wirkkomplex aus Färbewald, Grünem Tee® und Aloe vera kann sie Entzündungssymptomen vorbeugen.

Die meisten unserer Mitglieder des PTA-Tester-Clubs, DERMASENSE Vitop forte von 1949 Cosmetics 14 Tage probiert. Auch von acht PTA-erfahrenen DERMASENSE-Testerinnen wurde, bei einem Interview zu den Testergebnissen, das Produkt als bestes für trockene bis sehr trockene Haut bei Neurodermitis und auch bei Allergien genannt. Darüber hinaus wurde die DERMASENSE Vitop forte als Creme, die einen hervorragenden Schutz auf der Haut bietet, als ein einmaliges Highlight bei der Pflege von Gesicht, Brust und Hals.

Die meisten unserer Mitglieder des PTA-Tester-Clubs, DERMASENSE Vitop forte von 1949 Cosmetics 14 Tage probiert. Auch von acht PTA-erfahrenen DERMASENSE-Testerinnen wurde, bei einem Interview zu den Testergebnissen, das Produkt als bestes für trockene bis sehr trockene Haut bei Neurodermitis und auch bei Allergien genannt. Darüber hinaus wurde die DERMASENSE Vitop forte als Creme, die einen hervorragenden Schutz auf der Haut bietet, als ein einmaliges Highlight bei der Pflege von Gesicht, Brust und Hals.

Das sagen PTA aus dem Tester-Club:

- » DERMASENSE Vitop forte eignet sich besonders für trockene bis sehr trockene Haut bei Neurodermitis und auch bei Allergien.
- » Ich mag diese Creme, denn sie hat einen angenehmen Duft und eine tolle Textur. Ich würde sie gerne weiterempfehlen.
- » DERMASENSE Vitop forte ist eine tolle Creme für trockene bis sehr trockene Haut bei Neurodermitis und auch bei Allergien. Ich würde sie gerne weiterempfehlen.
- » Ich mag diese Creme, denn sie hat einen angenehmen Duft und eine tolle Textur. Ich würde sie gerne weiterempfehlen.
- » DERMASENSE Vitop forte ist eine tolle Creme für trockene bis sehr trockene Haut bei Neurodermitis und auch bei Allergien. Ich würde sie gerne weiterempfehlen.

DERMASENSE
HERZOGENTUM HAUTKREMLE

Kommunikation

Testergebnisse, Zitate und Tipps werden, zugeschnitten auf die Zielgruppe, online auf der Website, im Newsletter und als Doppelseite in **DAS PTA MAGAZIN** veröffentlicht.

PTA MAGAZIN

DERMASENSE Vitop forte

Die DERMASENSE Vitop forte ist eine tolle Creme für trockene bis sehr trockene Haut bei Neurodermitis und auch bei Allergien. Ich würde sie gerne weiterempfehlen.

ptu-point

30 bis 32

Empfehlungswerte

Das Urteil der Tester

PTA

14.02.2021

Neils Plus Dünne Arme

Die Haut aller Menschen ist ein Spiegelbild ihrer Gesundheit. Eine gesunde Haut ist ein Zeichen für eine gute Gesundheit. Eine ungesunde Haut ist ein Zeichen für eine schlechte Gesundheit.

Silikonere im Darm

In den Startlöchern: das Wiederholungsconcept

Skiurlaub schützt vor zu hohem Blutzucker



PTA Tester-Club Standard

- **Aktionsdauer:** 3 Monate
- **Print:**
 - Titel: **DAS PTA MAGAZIN**
 - Formate: 2/1 Seite Testbericht
- **Online:** www.das-pta-magazin.de/testerclub
 - Formate: Ankündigung online, Testbericht online (umfangreicher als Print, bleibt zeitlich unbegrenzt auf der Seite), Meldungen im Newsletter
- **Kosten:** **Siehe Preisübersicht**
- **Leistungsumfang:**
 - Gestaltung aller Print- und Online-Auftritte. Unterstützung bei der Fragebogenerstellung.
 - Selektion der TesterInnen/Befragungsteilnehmer (maximal 1.000).
 - Überstellen der Adressen zum Versand der Produkte/Materialien **ODER** Versand durch den Verlag.
 - Hotline und Betreuung der TesterInnen während der Tests/Umfragen.
 - Analyse und Aufbereitung der Test-/Untersuchungsergebnisse.
 - Texterstellung nach Briefing und in Absprache mit dem Kunden.
 - Veröffentlichung auf den jeweiligen „Kanälen“ wie beschrieben
 - Maximal 2 Korrekturumläufe sind im Preis enthalten
 - „Gütesiegel“ PTA Tester-Club zur Verwendung durch den Kunden
- **Buchung/ Storno:** 4 Wochen vor Briefing (ein späteres Storno verursacht min. 50 % Stornokosten)
- **Briefing:** 3 Wochen vor Erscheinen der Ankündigung (Anlieferung von Text- und Bildmaterial)

Typischer Ablauf einer Standard-Kampagne

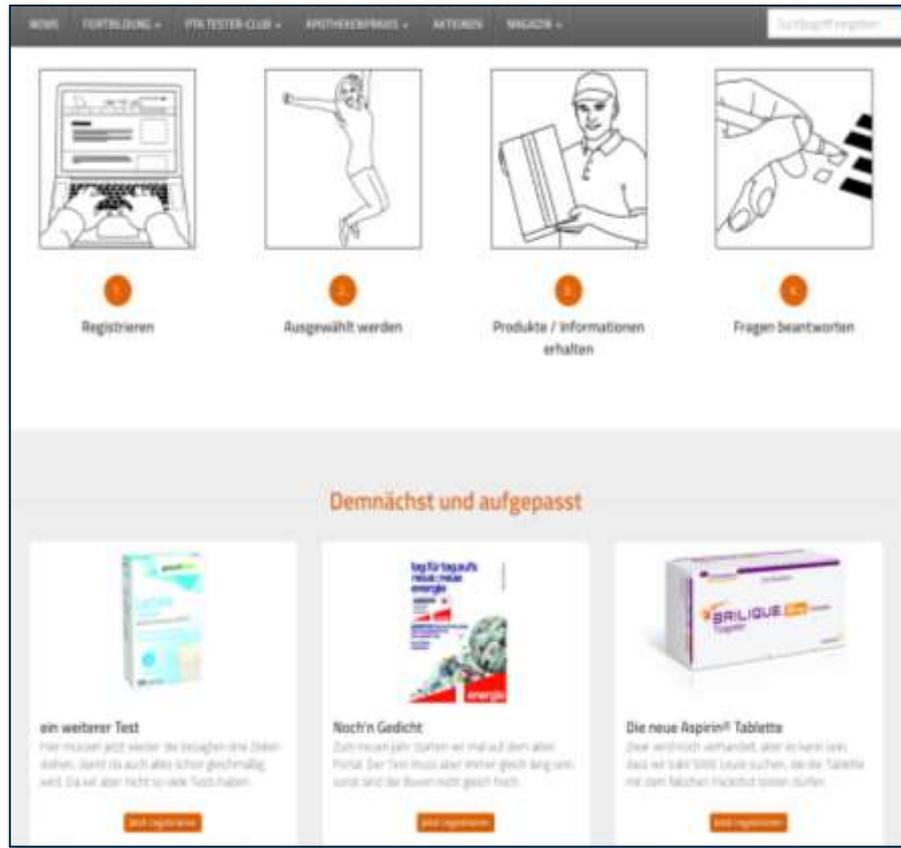
1. **Ankündigung** (nur online), **Auswahl** und Benachrichtigung der selektierten Tester
2. **Erstellung des Fragebogens** in Kooperation mit dem Kunden
3. **Versand** der zu testenden Produkte/Unterlagen
4. **Testphase/ Befragungszeitraum** (in der Regel 2 Wochen)
5. **Ergebnisse**
6. **Kommunikation** in den Medien des Springer Medizin Verlages (Website, Newsletter, Print (1x 2/1 Seite))



3 MONATE

Beispiel Standard-Kampagne

Ankündigung und **Aufruf** im Heft und auf der Website



The screenshot shows a website interface with a navigation bar at the top containing links for 'HOME', 'FORTBILDUNG', 'PFR-TESTER-CLUB', 'APOTHEKERFRAGEN', 'AKTUELL', and 'SUCHEN'. A search bar is located on the right side of the navigation bar.

The main content area is divided into two sections:

- Registration Process:** A horizontal sequence of four steps, each with an icon and a label:
 - 1. Registrieren:** Icon of a person at a computer.
 - 2. Ausgewählt werden:** Icon of a person jumping.
 - 3. Produkte / Informationen erhalten:** Icon of a person holding a folder.
 - 4. Fragen beantwortet:** Icon of a hand holding a coin.
- Demnächst und aufgepasst:** A section with three featured articles:
 - ein weiterer Test:** Accompanied by an image of a product box. Text: "Für Frauen gibt wieder die besagten drei Zellen daheim, damit sie auch alles schön geschmält wird. Da wir aber nicht so viele Töchter haben."
 - Noch'n Gedicht:** Accompanied by an image of a book cover. Text: "Zum neuen Jahr starten wir mal auf dem alten Portal. Der Text muss aber vorher gleich lang sein, sonst sind die Bösen nicht gleich hoch."
 - Die neue Aspirin® Tablette:** Accompanied by an image of a box of Aspirin. Text: "Diese wird noch verhandelt, aber es heißt jetzt, dass wir bald 1000 Leute suchen, die die Tablette mit dem falschen Frackstich spielen dürfen."

Beispiel Standard-Kampagne

Kommunikation

PTA TESTER-CLUB

Bei Problemen mit Hämorrhoiden

Posterisan® protect testeten 258 PTA. Die Salbe lindert leichtere Beschwerden und legt sich als Schutzfilm über die empfindliche Haut der Analregion. Diese wird gepflegt und vor Reizungen geschützt. Ein verbesserter Gleeffekt erleichtert den Stuhlgang.

Im Sommer April konnten Mitglieder von dem PTA Tester-Club Posterisan® protect von DR. KADE umproben. Die Anwendung über Anweisungen zeigt, dass Posterisan® protect ein wirksames Mittel ist, um die Beschwerden bei Hämorrhoiden zu lindern. Die Anwendung über Anweisungen zeigt, dass Posterisan® protect ein wirksames Mittel ist, um die Beschwerden bei Hämorrhoiden zu lindern.

Empfehlungskriterien: Bei jeder Anwendung mit Hämorrhoidenbeschwerden ist die Anwendung über Anweisungen zu befolgen. Die Anwendung über Anweisungen zeigt, dass Posterisan® protect ein wirksames Mittel ist, um die Beschwerden bei Hämorrhoiden zu lindern.

Das Urteil der Tester: Nach dem Test geben die Teilnehmer PTA - Club 100 Prozent - ein. Das Posterisan® protect ist durch seine angenehme und pflegende Wirkung ein wirksames Mittel, um die Beschwerden bei Hämorrhoiden zu lindern.

DR. KADE PHARMA

Befragungsergebnisse und Tipps werden, zugeschnitten auf die Zielgruppe, online auf der Website, im Newsletter und als Doppelseite in **DAS PTA MAGAZIN** veröffentlicht.

Das sagen PTA aus dem Tester-Club

- Posterisan® protect wirkt bei meiner Hämorrhoiden-Behandlung. Die Salbe ist angenehm zu verwenden und lindert die Beschwerden.
- Posterisan® protect ist ein wirksames Mittel, um die Beschwerden bei Hämorrhoiden zu lindern. Die Anwendung über Anweisungen zeigt, dass Posterisan® protect ein wirksames Mittel ist, um die Beschwerden bei Hämorrhoiden zu lindern.
- Posterisan® protect ist ein wirksames Mittel, um die Beschwerden bei Hämorrhoiden zu lindern. Die Anwendung über Anweisungen zeigt, dass Posterisan® protect ein wirksames Mittel ist, um die Beschwerden bei Hämorrhoiden zu lindern.
- Posterisan® protect ist ein wirksames Mittel, um die Beschwerden bei Hämorrhoiden zu lindern. Die Anwendung über Anweisungen zeigt, dass Posterisan® protect ein wirksames Mittel ist, um die Beschwerden bei Hämorrhoiden zu lindern.

PTA MAGAZIN

Posterisan® protect

Das Urteil der Tester: Nach dem Test geben die Teilnehmer PTA - Club 100 Prozent - ein. Das Posterisan® protect ist durch seine angenehme und pflegende Wirkung ein wirksames Mittel, um die Beschwerden bei Hämorrhoiden zu lindern.

Empfehlungskriterien: Bei jeder Anwendung mit Hämorrhoidenbeschwerden ist die Anwendung über Anweisungen zu befolgen. Die Anwendung über Anweisungen zeigt, dass Posterisan® protect ein wirksames Mittel ist, um die Beschwerden bei Hämorrhoiden zu lindern.

Das Urteil der Tester: Nach dem Test geben die Teilnehmer PTA - Club 100 Prozent - ein. Das Posterisan® protect ist durch seine angenehme und pflegende Wirkung ein wirksames Mittel, um die Beschwerden bei Hämorrhoiden zu lindern.

PTA MAGAZIN

Blutsturz im Darm

In den Startlöchern: das Wiederholungsgeiz

Skiurlaub schützt vor zu hohem Blutdruck

Beispiel Standard-Befragung

Neurexan®
Die Empfehlung bei nervöser Unruhe und nervös bedingten Schlafstörungen

Die Aussagen liefen auf Neurexan® an?

Neurexan® ist gut verträglich	89%
Neurexan® wirkt gegen Unruhe	86%
Neurexan® ist gut löslich	81%
Neurexan® wirkt gegen Nervosität	81%
Neurexan® trägt die nervöse Unruhe ab	81%
Neurexan® wirkt gegen Schlafstörungen	81%

Kommunikation

Befragungsergebnisse und **Tipps** werden, zugeschnitten auf die Zielgruppe, online auf der Website, im Newsletter und als Doppelseite in **DAS PTA MAGAZIN** veröffentlicht.

PTA MAGAZIN

Die Aussagen liefen auf Neurexan® an?

Schlafstören im Darm

In den Startlöchern: das Wiederholungsrezept

- ▶ Beratung ▶
- Produktschulung ▶
- Fortbildung ▶
- Community ▶



PTA Tester-Club Basic

- **Aktionsdauer:** 3 Monate
- **Print:**
 - Titel: **DAS PTA MAGAZIN**
 - Formate: 1/1 Seite Testbericht
- **Online:** www.das-pta-magazin.de/testerclub
 - Formate: Ankündigung online, Testbericht online (umfangreicher als Print, bleibt zeitlich unbegrenzt auf der Seite), Meldungen im Newsletter
- **Kosten:** **Siehe Preisübersicht**
- **Leistungsumfang:**
 - Gestaltung aller Print- und Online-Auftritte.
 - Unterstützung bei der Fragebogenerstellung.
 - Selektion der TesterInnen/Befragungsteilnehmer (maximal 1.000).
 - Überstellen der Adressen zum Versand der Produkte/ Materialien **ODER** Versand durch den Verlag.
 - Hotline und Betreuung der TesterInnen während der Tests/Umfragen.
 - Analyse und Aufbereitung der Test-/Untersuchungsergebnisse.
 - Texterstellung nach Briefing und in Absprache mit dem Kunden.
 - Veröffentlichung auf den jeweiligen „Kanälen“ wie beschrieben
 - Maximal 2 Korrekturumläufe sind im Preis enthalten
 - „Gütesiegel“ PTA Tester-Club zur Verwendung durch den Kunden
- **Buchung/ Storno:** 4 Wochen vor Briefing (ein späteres Storno verursacht min. 50 % Stornokosten)
- **Briefing:** 3 Wochen vor Erscheinen der Ankündigung (Anlieferung von Text- und Bildmaterial)

Typischer Ablauf einer Basic-Kampagne

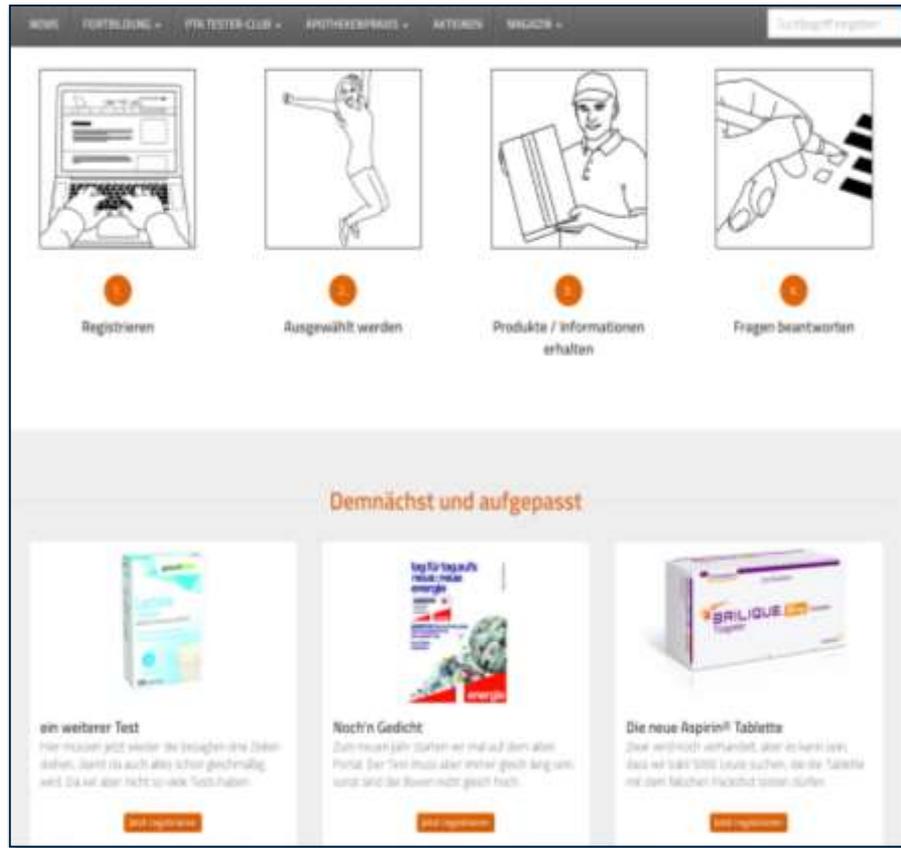
1. **Ankündigung** (nur online), **Auswahl** und Benachrichtigung der selektierten Tester
2. **Erstellung des Fragebogen** in Kooperation mit dem Kunden
3. **Versand** der zu testenden Produkte/Unterlagen
4. **Testphase/ Befragungszeitraum** (in der Regel 2 Wochen)
5. **Ergebnisse**
6. **Kommunikation** in den Medien des Springer Medizin Verlages (Website, Newsletter, Print (1x 1/1 Seite))



3 MONATE

Beispiel Basic-Kampagne

Ankündigung und **Aufruf** im Heft und auf der Website



The screenshot shows a website interface with a navigation bar at the top containing links for 'HOME', 'FORTBILDUNG', 'PFR-TESTER-CLUB', 'APOTHEKERFRAGEN', 'AKTUELL', and 'SUCHEN'. A 'Ankündigung' button is visible in the top right corner.

The main content area features a four-step registration process:

- 1. Registrieren**: An illustration of hands typing on a laptop keyboard.
- 2. Ausgewählt werden**: An illustration of a person jumping joyfully.
- 3. Produkte / Informationen erhalten**: An illustration of a person holding a laptop.
- 4. Fragen beantwortet**: An illustration of a hand holding a pen over a document.

Below this process is a section titled 'Demnächst und aufgepasst' (Coming soon and watch out), which contains three product advertisements:

- ein weiterer Test**: Advertisement for a test, with a 'Jetzt registrieren' button.
- Noch'n Gedicht**: Advertisement for 'leg für heute neu-neu energie', with a 'Jetzt registrieren' button.
- Die neue Aspirin® Tablette**: Advertisement for Aspirin tablets, with a 'Jetzt registrieren' button.

Beispiel Basic-Kampagne

PTA TESTER-CLUB
Magnesium mit
Zweifach-Effekt

Magnetrans® duo-aktiv 400 mg

PTA TESTER-CLUB
Wieder Tester werden
Magnetrans® duo-aktiv
empfohlen
Empfehlung 80 %

Das neue Magnetrans® duo-aktiv 400 mg testeten 1374 PTA. Das Nahrungsergänzungsmittel mit Orange-Minze-Geschmack enthält schnell freisetzendes Magnesiumcitrat und nach und nach freisetzendes Magnesiumoxid. Das Direktgranulat ist vegan, laktose-, zucker- und glutenfrei.

„Dieses Produkt hat mich überzeuge, Empfehlung zu geben“ sagte Anna Tork bei Broythelm. Jede Mischform hat ihre eigene Zusammensetzung, Menge, Aufmachung, aber jede Anwendung auch eine eigene Stärke. Ist das sehr wichtig? Und dass kommt auch dazu, wenn es sich um ein Produkt handelt, das von 18 PTA beprobt wurde. Das Produkt wurde von 1374 PTA getestet. Magnetrans® duo-aktiv 400 mg wurde dabei 80 % empfohlen.

Adressen für die Empfehlung eines Magnesiumpräparates sind, gerade bei PTA, die Hilfe der Ernährungsdienstleistungen beim zweiten Geschmack. (In drei Magnetrans® duo-aktiv 400 mg enthält 100 mg Magnesium als Magnesiumcitrat und 300 mg Magnesiumoxid. Nach Steuerung bevorzugt 90 PTA einen freisetzungshilfenden Polylactid-PTA-Körper.)

Magnetrans® duo-aktiv 400 mg werden daher 90 Prozent der untersuchten PTA auf jeden Fall oder wahrscheinlich empfehlen, von allen Kandidaten mit einem erhöhten Bedarf an Magnesium sind deutlich höhere Personen.

STADA
www.sta.de magnech.de/infocenter

Kommunikation

Testergebnisse, Zitate und Tipps werden, zugeschnitten auf die Zielgruppe, online auf der Website, im Newsletter und auf einer 1/1 Seite in **DAS PTA MAGAZIN** veröffentlicht.

PTA MAGAZIN

Magnetrans® duo-aktiv 400 mg

STADAs neues Magnetrans® duo-aktiv 400 mg wurde von 1374 PTA getestet. Das Nahrungsergänzungsmittel mit Orange-Minze-Geschmack enthält schnell freisetzendes Magnesiumcitrat und nach und nach freisetzendes Magnesiumoxid. Das Direktgranulat ist vegan, laktose-, zucker- und glutenfrei.

„Dieses Produkt hat mich überzeuge, Empfehlung zu geben“ sagte Anna Tork bei Broythelm. Jede Mischform hat ihre eigene Zusammensetzung, Menge, Aufmachung, aber jede Anwendung auch eine eigene Stärke. Ist das sehr wichtig? Und dass kommt auch dazu, wenn es sich um ein Produkt handelt, das von 18 PTA beprobt wurde. Das Produkt wurde von 1374 PTA getestet. Magnetrans® duo-aktiv 400 mg wurde dabei 80 % empfohlen.

Adressen für die Empfehlung eines Magnesiumpräparates sind, gerade bei PTA, die Hilfe der Ernährungsdienstleistungen beim zweiten Geschmack. (In drei Magnetrans® duo-aktiv 400 mg enthält 100 mg Magnesium als Magnesiumcitrat und 300 mg Magnesiumoxid. Nach Steuerung bevorzugt 90 PTA einen freisetzungshilfenden Polylactid-PTA-Körper.)

Magnetrans® duo-aktiv 400 mg werden daher 90 Prozent der untersuchten PTA auf jeden Fall oder wahrscheinlich empfehlen, von allen Kandidaten mit einem erhöhten Bedarf an Magnesium sind deutlich höhere Personen.

STADA
www.sta.de magnech.de/infocenter

PTA

Wieder Tester werden Magnetrans® duo-aktiv 400 mg empfohlen

Empfehlung 80 %

STADA
www.sta.de magnech.de/infocenter

Preisübersicht PTA Tester-Club

Variante	1.000 Tester bzw. Befragte	500 Tester bzw. Befragte	300 Tester bzw. Befragte
PTA Tester-Club „PREMIUM“ mit eigenem Produktversand ODER Befragung ohne Produktversand	€ 28.100,-	€ 28.100,-	€ 28.100,-
PTA Tester-Club „PREMIUM plus“ inkl. Versand der Produkte über den Verlag	€ 37.760,-	€ 33.030,-	€ 31.150,-
PTA Tester-Club „STANDARD“ mit eigenem Produktversand ODER Befragung ohne Produktversand	€ 23.400,-	€ 23.400,-	€ 23.400,-
PTA Tester-Club „STANDARD plus“ inkl. Versand der Produkte über den Verlag	€ 33.060,-	€ 28.330,-	€ 26.450,-
PTA Tester-Club „BASIC“ mit eigenem Produktversand ODER Befragung ohne Produktversand	€ 18.900,-	€ 18.900,-	€ 18.900,-
PTA Tester-Club „BASIC plus“ inkl. Versand der Produkte über den Verlag	€ 28.560,-	€ 23.830,-	€ 21.950,-

Alle Preise gelten zzgl. der gesetzl. MwSt. und sind AE-; jedoch nicht rabattfähig.

Beispiel Versand durch den Verlag



Kosmetik



Nahrungsergänzungsmittel



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Ansprechpartner Verlag

Marion Bornemann

Director Apotheke & Zahnmedizin

Springer Medizin Verlag GmbH

Telefon +49 (0) 6102.506-380

Telefax +49 (0) 6102.506-382

marion.bornemann@springer.com

Dr. Karin Frese

Leitende Redakteurin Corporate Publishing

OTC & Apotheke

Springer Medizin Verlag GmbH

Telefon +49 (0) 6102.506-392

Telefax +49 (0) 6102.506-44392

karin.frese@springer.com

Ansprechpartner Verkauf

Sabine Sommer

Sales Manager Apotheke

Springer Medizin Verlag GmbH

Telefon +49 (0) 6102.506-386

Telefax +49 (0) 6102.506-382

sabine.sommer@springer.com

Verwendung der Daten

Die Inhalte der Präsentation dürfen ausschließlich für den Eigenbedarf und interne Zwecke verwendet werden.

© Springer Medizin Verlag GmbH, 2021