

| | | |
|---|--|------------|
| 9 | Aufdecken (un-)gesunden Entscheidungsverhaltens mittels Photo-elicitation..... | 119 |
| | <i>Jörg Königstorfer</i> | |
| 10 | Blickbewegungsmessung in der Präferenzforschung..... | 133 |
| | <i>Kerstin Kusch, Jens R. Helmert und Boris M. Velichkovsky</i> | |
| 11 | Potenziale des Neuromarketings für die Gestaltung von Gesundheitskampagnen | 147 |
| | <i>Viviane Scherenberg</i> | |
| Teil D Produktpolitik..... | | 161 |
| 12 | Nährwertkennzeichnung von Lebensmitteln..... | 163 |
| | <i>Gesine Weser und Peter Schwarz</i> | |
| 13 | Die neue Macht der Konsumenten? Einfluss von Verbraucherportalen auf die Verpackungsgestaltung im Lebensmittelbereich | 177 |
| | <i>Jeanette Loos und Deborah Braun</i> | |
| Teil E Preispolitik..... | | 191 |
| 14 | Preispolitik der gesetzlichen Krankenversicherung am Beispiel von Bonusprogrammen | 193 |
| | <i>Viviane Scherenberg</i> | |
| 15 | Der Preis als Kaufbarriere? Eine Analyse der Preisbereitschaft für gesunde Lebensmittel | 209 |
| | <i>Simone Mueller Loose</i> | |
| Teil F Distributionspolitik..... | | 223 |
| 16 | Potenziale des Multimedia Marketing für den Gesundheitsmarkt | 225 |
| | <i>Thomas Urban und Daniel Lukas</i> | |
| 17 | Telemedizin..... | 239 |
| | <i>Dennis Häckl, Daniel Lukas und Andreas Werblow</i> | |

| | | |
|---------------|---|------------|
| Teil G | Kommunikationspolitik..... | 253 |
| 18 | Werbeappelle und Werbetechniken im Gesundheitsmarketing | 255 |
| | <i>Doreen Reifegerste, Uta Schwarz und Thomas Niemand</i> | |
| 19 | Der First-Person-Effekt und der Third-Person-Effekt in der Gesundheitskommunikation | 267 |
| | <i>Frances Pegesa und Stefan Hoffmann</i> | |
| 20 | Abwehrreaktionen auf Gesundheitsappelle: Forschungsstand und Praxisempfehlungen | 281 |
| | <i>Matthias R. Hastall</i> | |
| 21 | Gestaltung von jugendspezifischen Präventionsappellen | 297 |
| | <i>Doreen Reifegerste</i> | |
| Teil H | Gesundheitsmarketing in ausgewählten Branchen..... | 309 |
| 22 | Marketing von Krankenversicherungen: Neue Möglichkeiten der direkten Risikoselektion | 311 |
| | <i>Daniel Lukas und Thomas Urban</i> | |
| 23 | Marketing im Gesundheitsbetrieb | 329 |
| | <i>Andreas Frodl</i> | |
| 24 | Kommunikationspolitik von Krankenhäusern – Beispiele aus Mitteldeutschland | 343 |
| | <i>Harald Englisch</i> | |
| 25 | Pharmamarketing | 349 |
| | <i>Claus Rüger</i> | |
| 26 | Marketing von Gesundheitsregionen..... | 363 |
| | <i>Joachim Preißler</i> | |
| 27 | Steigerung der Patientcompliance – Empirische Erkenntnisse der Marketingforschung | 375 |
| | <i>Hans H. Bauer, Kai N. Bergner und Jörg A. Hölzing</i> | |

| | | |
|---------------|--|------------|
| Teil I | Best Practice: Beispiele aus der Praxis | 389 |
| 28 | Für das Wunder des Lebens – Produktlaunch des Vitalstoffpräparats GynVital gravida® | 391 |
| | <i>Frank Jung und Sven Wicke (Diemar, Jung & Zapfe GmbH)</i> | |
| 29 | Eventmarketing in der Gesundheitsprävention für Kinder | 407 |
| | <i>Doreen Reifegerste, Kerstin Seitz und André Theis (AOK PLUS)</i> | |
| 30 | Wandelhalle Sucht: Eine Veranstaltung zur Alkoholprävention, erarbeitet und begleitet von abstinent lebenden Abhängigkeitskranken | 415 |
| | <i>Cornelia Wala und Jacqueline Börno (Zentrum für Drogenhilfe Leipzig)</i> | |
| 31 | Entwicklung und Vermarktung gesundheitspositionierter Produkte | 421 |
| | <i>Laura Kny und Sandra Dietrich (Teigwaren Riesa GmbH)</i> | |
| 32 | Zielgruppenspezifische Präventionskampagnen zur Verbraucherbildung im Themenfeld Ernährung..... | 427 |
| | <i>Birgit Brendel (Verbraucherzentrale Sachsen)</i> | |
| | Autorenverzeichnis..... | 435 |
| | Stichwortverzeichnis..... | 447 |