

## Studien

- „Schlüsselerfolgsfaktoren d. Vertriebsprozesses in der Hörakustikindustrie“  
HTW Aalen, 2013 (laufend)
- „Wirksamkeit & Akzeptanz von KAM in der Medizintechnik“  
HTW Aalen, 2013
- „Wirksamkeit & Akzeptanz von KAM in der DOB“  
HTW Aalen, 2013
- Plus-Studie „Wirksamkeit und Akzeptanz von Außendienstaktivitäten“  
HTW Aalen, 2012
- Trias-Studie IV „Bekanntheit, Vertrauen und Compliance von Pharmamarken“  
HTW Aalen, 2013 (laufend)
- Trias-Studie III „Bekanntheit, Vertrauen und Compliance von Pharmamarken“  
HTW Aalen, 2012
- Trias-Studie II „Bekanntheit, Vertrauen und Compliance von Pharmamarken“  
HTW Aalen, 2012
- Trias-Studie I „Bekanntheit, Vertrauen und Compliance von Pharmamarken“  
HTW Aalen, 2011
- „Change im Kundenmanagementprozess“  
Studie in Zusammenarbeit mit dem Institut für Systemisches Vertriebsmanagement, 2010
- „Erfolgreiches Key Account Management“  
Studie im Zusammenhang mit dem Institut für Systemisches Vertriebsmanagement, 2010
- „Erfolgsanalyse Callcenter – Wie trenne ich die Spreu vom Weizen?“  
Studie in Zusammenarbeit mit dem Institut für Systemisches Vertriebsmanagement, 2008

---

## Fachartikel

- „Interview mit Dr. Bodo Antonic, HTW Aalen: Patientenvertrauen zur Pharmaindustrie - Was ist zu tun?“, Pharma Sales Force, 08/2013
- „Interview mit Dr. Bodo Antonic, HTW Aalen: Traditioneller Außendienst: Die Tage sind gezählt“, Pharma Sales Force, 08/2013
- „Vom Markenvertrauen zur Compliance“, market access & health policy 06/2013
- „Pharmafirmen ohne Markenkern“, Healthcare Marketing 5/2013
- „Interview mit Dr. Bodo Antonic, HTW Aalen: Stereotypes Geschwafel reicht nicht“  
Pharma Relations, 03/2013
- „Studie zeigt: Patienten haben kein Vertrauen zu Arzneimitteln“  
PharmaBarometer Newsletter, 02/2013
- „Trias-Studie: Pharmaindustrie muss Markenpolitik grundlegend ändern“  
PM-eReport, 02/2013
- „Vertrieb“, Pharma Relations, 01/2013
- „Aktuelle Studie zum 'Tandem Hybrid Außendienst'“, PharmaBarometer, 12/2012



# Fachartikel

- „Kann man Medizintechnik wie Staubsauger verkaufen“, PM-Report, 11/2012
- „Lokale und mediale Präsenz“, Healthcare Marketing, 11/2012
- „Vertrauen in die Marke fördert auch die Compliance“, Arzneimittelzeitung, 09/2012
- „Stillstand ist der Tod: Wie sich der Pharmavertrieb in Zukunft entwickeln muss“  
PharmaBarometer, 05/2012
- „Strategisch notwendig: Die Neuorientierung des Pharmavertriebs“, PM-Report, 05/2012
- „Pharma-Umfrage: Die meisten kennen nur wenige Marken“, Focus, 04/2012
- „Pharma-Marketing. Patienten werden emanzipierter“, Healthcare Marketing, 04/2012
- „Veränderungen im Pharmavertrieb. Modell „Anbieternder Verkäufer“ ist passé“  
Pharma Relations, 02/2012
- „Vom Rennen gegen Mauern“, Pharma Marketing Journal, 02/2012
- „Vertrieb 2020: Die Sinnkrise als Chance“, Pharma Marketing Journal, 04/2011
- „Key Account Management. Strategische Herausforderungen für den Pharma-Vertrieb“  
Business-Wissen , 07/2011
- „Pharmasozialismus – Was tun? Auswege für Pharmaunternehmen in einem immer  
stärker regulierten Markt“, Pharma Relations, 02/2011
- „Die Pharmaindustrie im Zeichen des AMNOG“, PM-Report, 01/2011
- „Pharma: Eine Branche wird immer sozialistischer. Der deutsche Gesetzgeber nähert sich  
sozialistischen Verhältnissen im Gesundheitssystem“, PharmaBarometer, 05/2010
- „Vom Nebeneinander zum Miteinander“  
Pharma & Kommunikation (Arzneimittelzeitung), 10/2010
- „Die neue Generation Pharmareferent. Der Pharmareferent auf dem Weg in eine neue  
Zeitrechnung“, PAM Das Magazin für den Pharma-Außendienst, 11/2009
- „Krankenkasse – der neue Kunde? Das neue GKV-WVG wird - beispielsweise durch die  
Rabattverträge - für neue Vertriebsstrukturen sorgen “  
Dr. Bodo Antonic und Christine Liebng, Pharma Relations, 04/2007
- „Segeln ohne Kompass? Durch den möglichen Wegfall der Verordner-(RPM-)Daten wird  
der Außendienst „verblindet““, Pharma Relations, 03/2007
- „Pharmaaußendienst ist zu wenig produktiv. Neue Vertriebssituation durch  
Wettbewerbsdruck unter Ärzten/Prozessorientierung im Verkauf“, CHEManager, 10/2006
- „Buying Center im Verkaufsumfeld Pharma/Medizintechnik“ BPM-Guide, 11/2006
- „Verkaufsprozesse in Pharma- und Medizintechnikbranche – Der Weisheit letzter Schluss?“  
BPM-Guide, 10/2006
- „Nutzen Sie das Potenzial Ihrer Mitarbeiter: Aufbruchsstimmung im Verkauf“  
Beratungsbrief vertrieb-experts.de mit Thomas Schmidt, 10/2006
- „Die klassische ABC-Analyse: Nutzen Sie das Potenzial Ihrer Kunden und Interessenten“  
Beratungsbrief vertrieb-experts.de mit Michael Berfuss, 09/2006
- „Fit für die Zukunft: Was hat Kupfer mit Verkaufsprozessen zu tun?“  
Beratungsbrief vertrieb-experts.de, 08/2006

