

LA-MED Facharzt-Studie 2018

Fachärzte sind Fachpresse-Fans: Informationsquellen mit höchster Reichweite

14. 8. 2018: Die Arbeitsgemeinschaft LA-MED Kommunikationsforschung im Gesundheitswesen e.V. hat heute die Ergebnisse der LA-MED Facharzt-Studie 2018 veröffentlicht. Die Reichweitenstudie, durchgeführt vom Marktforschungsinstitut IFAK, bietet einen aktuellen und umfassenden Marktüberblick über das Mediennutzungsverhalten von Fachärzten in Klinik und Praxis. Neben der Standortbestimmung der medizinischen Fachpresse zeichnen die Ergebnisse auch ein aktuelles Bild davon, welche Quellen Fachärzte crossmedial für ihre berufliche Information kombinieren. Mit deutlichem Abstand baut die Fachzeitschrift (72,2%) ihren Platz an der Spitze der intensiv genutzten Medien aus. Tagungen und Kongresse (60,4%), Kollegengespräche (59,3%) sowie Fachbücher (53,9%) geben in der Intensivnutzung leicht nach, das Internet legt ebenfalls leicht zu und wird von gut einem Drittel der Fachärzte intensiv zur beruflichen Information genutzt.

Für 73 Zeitschriften und Zeitungen, die sich dem Votum ihrer Zielgruppen gestellt haben, werden in der diesjährigen LA-MED Facharzt-Studie Reichweitendaten ausgewiesen. Mehr als 2.800 Fachärzte – Niedergelassene sowie Chef- und Oberärzte der Dermatologie, Gynäkologie, HNO, Inneren Medizin, Neurologie / Psychiatrie, Orthopädie, Pädiatrie, Urologie sowie Klinikärzte – gaben im Rahmen dieser repräsentativen Befragung Auskunft über ihr berufliches Mediennutzungsverhalten.

„Für die Media- und Kommunikationsplanung mit Fachärzten stellt die Arbeitsgemeinschaft LA-MED damit erneut aktuelle, umfassende und valide Marktdaten zur Verfügung“ so Lothar Kuntz, Springer Medizin Verlag, Leiter der LA-MED Projektgruppe Studien.

Bei allen Unterschieden zwischen den einzelnen Facharztgruppen und auch zwischen den Berufsfeldern Klinik und Praxis zeigt die Studie eines ganz deutlich: Medizinische Fachzeitschriften werden nach wie vor vom Arzt geschätzt und genutzt und bilden damit ein zentrales Element der Facharzt-Kommunikation.

Fachzeitschriften – reichweitenstark und intensiv genutzt

Bei geringen Reichweitenveränderungen im Vergleich zu 2016 dokumentiert die aktuelle Facharzt-Studie erneut ein LpA-Niveau, das selbst im reichweitenstarken Fachmedien-Markt seinesgleichen sucht: Über die Hälfte der untersuchten Titel wird regelmäßig von mehr als 50% ihrer Zielgruppe gelesen. Die Spitzenreiter in den jeweiligen Facharzt-Gruppen liegen mit LpA-Werten zwischen 69% und 89% auf außergewöhnlich hohem Niveau. „Die Facharzt-Verlage verstehen ihre Zielgruppen und liefern ihnen passgenaue Medienangebote für ihren beruflichen Alltag in Klinik und Praxis“, freut sich Oliver Fock, Georg Thieme Verlag und LA-MED Vorstandssprecher über die Studienergebnisse, die er als „starkes Signal, dass die Ärzte die validen wissenschaftlichen Informationen in ihrer Fachpresse schätzen“ wertet.

So bleibt die Fachzeitschrift auch die Nr. 1 der beruflich genutzten Informationsquellen und setzt sich insbesondere in der Intensivnutzung

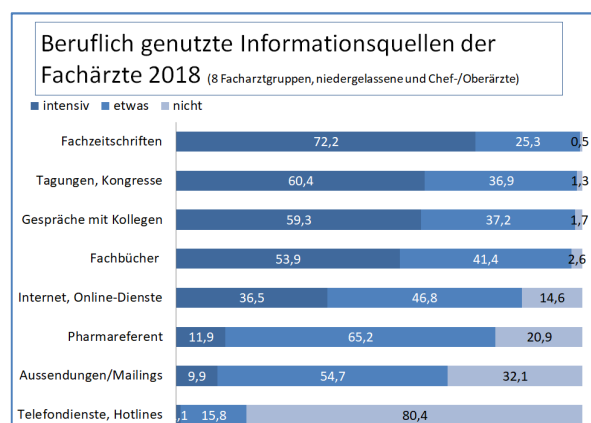


Abb. 1: Niedergelassene Fachärzte sowie Chef- und Oberärzte nutzen Fachzeitschriften besonders intensiv und ergänzen gedruckte und persönliche Informationsquellen mit Fach-Angeboten im Internet

mit deutlichem Abstand von den anderen Touchpoints ab. „Die medizinische Fachpresse ist mit ihren hohen Leistungswerten ein etabliert verlässlicher Werbeträger im Media-Mix“ kommentiert Matthias Haack, LA-MED-Vorstand und Geschäftsführer der Agentur WEFRA.

Fachpresse: Drehscheibe im Media-Mix

Vorstandskollege Rüdiger Sprunkel (Geschäftsleitung Medical Tribune Verlag) verweist ergänzend auf die crossmediale Rolle der Fachzeitschrift, die im Aktivierungs-Check der aktuellen Facharzt-Studie erneut untersucht wurde. Hierbei geben die Fachärzte Auskunft, wozu die Lektüre von Fachzeitschriften sie angeregt hat. „Wir sehen 2018 erneut eine verstärkte Aktivierung durch die Fachpresse“, so Sprunkel, „dabei ist insbesondere der konstant hohe Grad der Aktivierung, neue Therapien in Erwägung zu ziehen, bemerkenswert“. Dass Print-Lektüre anregt, im Internet weiter zu recherchieren (63,1%) und dort z.B. auch Fach-Apps herunterzuladen (30,1%) dokumentiert die crossmediale Rolle der Fachjournale als relevanter Impulsgeber im Medien-Mix.

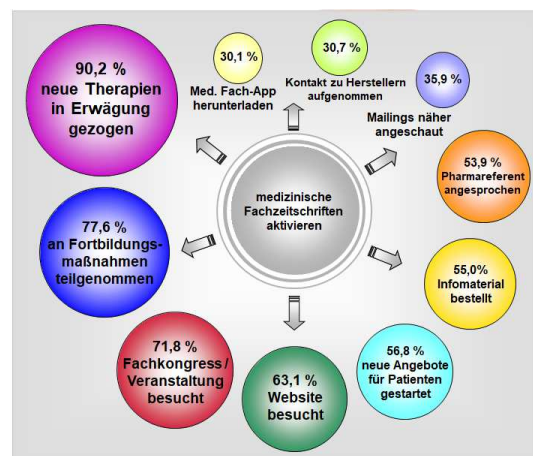


Abb. 2: Fachzeitschriften regen Fachärzte zu weiterer Mediennutzung und beruflichen Aktivitäten an

Multimedial informieren: Fachärzte lesen, diskutieren, surfen

Für ihre berufliche Information vertrauen die Fachärzte „ihrer“ Fachzeitschrift, verlassen sich aber gleichwohl nicht auf eine Quelle. Vielmehr kombinieren sie unterschiedliche Quellen und Medien-Wege: Wie schon in der LA-MED 360° Touchpoint-Analyse 2017 beschreiben sie auch in der diesjährigen Facharzt-Studie neben gedruckten Medien (Fachbücher und Fachzeitschriften) persönliche Informationsquellen wie Kollegengespräche und Kongress-Vorträge sowie – mit etwas Abstand – Online-Medien als die Top-Five der intensiv genutzten Wege, sich beruflich auf dem Laufenden zu halten (siehe Abb. 1).

„Damit liefert die LA-MED Facharzt-Studie 2018 wichtige Daten für die Einschätzung der unterschiedlichen Kommunikationskanäle“ resümiert LA-MED-Vorstand Andrea Biebl. Gleichzeitig blickt die Geschäftsführerin von MW Office nach vorn und freut sich auf die Ergebnisse eines weiteren LA-MED-Projektes: „Der LA-MED Touchpoint-Relevanz-Check 2018 wird noch mehr Erkenntnisse hinsichtlich der Media-Funktion und Relevanz dieser verschiedenen Touchpoints im Kommunikationsmix liefern“. Diese Studienergebnisse werden ab Ende August vorliegen und können bei der Arbeitsgemeinschaft LA-MED erworben werden (Auskünfte bei Generalsekretärin Vera Richter).

Auszüge aus den Studienergebnissen gibt es in Kürze auf der Website der LA-MED unter www.LA-MED.de zum Download.

Die vollständigen Ergebnisse der Analyse stehen den Mitgliedern der Arbeitsgemeinschaft LA-MED in gedruckter Form als Berichtsband oder MDS-Zählprogramm (Softwareprogramm) zur Verfügung. Der Berichtsband liefert alle Ergebnisdaten der Studie, also auch die Ergebnisse, die online nicht veröffentlicht werden, außerdem Informationen zu Auflagen und Verbreitung der Zeitschriften. Das MDS-Programm bietet zahlreiche Anwendungsmöglichkeiten. Zum Beispiel können Mediapläne erstellt, und auf gewünschte Zielgruppen abgestimmt werden sowie das Mediennutzungsverhalten von Teilzielgruppen differenziert betrachtet werden.

Über die aktuellen LA-MED Aktivitäten, Studien und Analysen informiert der Newsletter „LA-MED insight“ (Anmeldung: <http://www.la-med.de/newsletter/>)

Über die LA-MED

Die Arbeitsgemeinschaft LA-MED Kommunikationsforschung im Gesundheitswesen e.V. ist ein Zusammenschluss von Unternehmen, Agenturen und Verlagen im Gesundheitswesen. Die LA-MED lebt ihren satzungsgemäßen Zweck: „Förderung des wissenschaftlichen Fortschritts bei der Erforschung der Kommunikation auf den Gebieten der Medizin und Pharmazie und die Sicherung eines hohen Leistungsstandards bei Medienuntersuchungen“, egal über welches Medium die Kommunikation stattfindet. Als Instanz zur Wirkung von Kommunikation im Gesundheitswesen untersucht die LA-MED in Zusammenarbeit mit renommierten Marktforschungsinstituten seit 1970 Mediennutzungsverhalten von Zielgruppen wie Fachärzte aus Klinik und Praxis, Zahnärzte, Apotheker oder Apothekenpersonal. Die Nutzung elektronischer Medien wird von der Arbeitsgemeinschaft LA-MED seit 1996 erhoben. Die Aktivierungsleistung der Healthcare-Fachpresse wird seit 2011 erfasst. Die LA-MED wird von ihren Vorstandsmitgliedern Andrea Biebl, Oliver Fock, Matthias Haack, Pia Nothing, Rüdiger Sprunkel sowie der Generalsekretärin Vera Richter vertreten. LA-MED-Mitglieder erhalten neben Berichtsbänden, Informationsbroschüren und Planungs-Software die Kommunikationsforschungsergebnisse aus erster Hand sowie fachlichen Rat zur Interpretation und Nutzung der Ergebnisse. Über eine Mitgliedschaft informiert die Generalsekretärin Vera Richter.

Kontakt für Rückfragen und zur Vermittlung von Interviewpartnern:

Vera Richter

Arbeitsgemeinschaft LA-MED Kommunikationsforschung im
Gesundheitswesen e.V.

Holmblick 10

24857 Fahrdorf

Tel: 0 46 21 – 39 29 947

LA-MED@LA-MED.de