LA-MED

Facharzt-Studie 2022

Eine Untersuchung der LA-MED zur Nutzung ärztlicher Fachmedien

für Dermatologen, Gynäkologen, HNO-Ärzte, Internisten, Neurologen/Psychiater, Orthopäden/Unfallchirurgen, Pädiater, Urologen, Kliniker

Die Erstellung dieser Broschüre wurde unterstützt von:

ARZT & WIRTSCHAFT

KINDER-UND JUGENDARZT

MEDICAL TRIBUNE Neurologie · Psychiatrie

PPT Psychopharmakotherapie Arzneimitteltherapie psychischer und neurologischer Erkrankungen

Deutscher Ärzteverlag

GFI.

KIRCHHEIM

MedTrix Group we care for media solutions

omnimed Verlagsgesellschaft mbH

Springer Medizin

Thieme

WPV. WIRTSCHAFTS- UND PRAXISVERLAG GMBH

antwerpes healthy media

coliquio dialog für bessere medizin

dpmed Wir kommunizieren Medizin.

kermedia.

mediaplan strategische mediaplanung

medical relations

MWO

pilot

WEFRALIFE

Editorial

Die LA-MED Facharzt-Studie liefert regelmäßig aktuelle Daten über das Lese- und Informationsverhalten von Fachärzten in Klinik und Praxis.

Auch die Facharzt-Studie vom 17. August 2022 ermöglicht Anzeigenkunden erneut eine qualitativ verlässliche Mediaplanung in den medizinischen Fachbereichen. Sie bietet Leistungswerte und Datentransparenz für die entsprechende Medienauswahl.

Diese Broschüre gibt Ihnen einen schnellen Überblick über die wichtigsten Informationen zur Studie: Sie finden für alle Fachgruppen die geprüften Zeitschriften und Zeitungen, ihre Reichweitenwerte, Auflage, Erscheinungsweise und Verlag.

Außerdem sind darin Auszüge aus dem LA-MED Touchpoint Relevanz-Check 2022 enthalten. Erfahren Sie, welche Touchpoints für Fachärzte im medizinischen Alltag relevant sind.

Wir danken den Verlagen, Zeitschriften und Agenturen, die diese Broschüre unterstützt und möglich gemacht haben.

Weitergehende Informationen erhalten Sie auch unter www.LA-MED.de oder direkt bei der Generalsekretärin der Arbeitsgemeinschaft Vera Richter.

Die LA-MED wünscht allen Nutzern eine erfolgreiche Umsetzung ihrer Mediastrategien.

Arbeitsgemeinschaft LA-MED Kommunikationsforschung im Gesundheitswesen e.V.

Vorstand und Generalsekretärin
August 2022

Arbeitsgemeinschaft LA-MED
Kommunikationsforschung im Gesundheitswesen e.V.

Generalsekretariat
Vera Richter
Holmblick 10
24857 Fahrdorf
Telefon: 04621 39 29 947
E-Mail: LA-MED@LA-MED.de
www.LA-MED.de

Gestaltung und Produktion

WEFRA Haus
Mitteldicker Weg 1
63263 Neu-Isenburg
www.wefra.life

Die LA-MED-Studien befragen stets Ärztinnen und Ärzte gleichermaßen entsprechend der jeweils untersuchten Zielgruppe. Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird in dieser Broschüre auf die gleichzeitige Verwendung der Sprachformen männlich, weiblich und divers (m/w/d) verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichermaßen für alle Geschlechter.

Einleitung

Die LA-MED

Die Arbeitsgemeinschaft LA-MED Kommunikationsforschung im Gesundheitswesen e.V. ist ein Zusammenschluss aus Unternehmen der pharmazeutischen Industrie, Agenturen und Verlagen. Die LA-MED erstellt seit 1970 Leserschaftsanalysen im Markt der medizinischen Fachpublikationen.

Studien zu medizinischen Fachmedien

Die Studien der LA-MED sind Untersuchungen im Fachbereich Medizin. Sie befragen Ärzte nach ihrer beruflichen Mediennutzung, ihrem Informations- und Leseverhalten – vergleichbar mit der Medien Analyse (MA) der Publikumsmedien. Die Ergebnisse dieser Umfragen enthalten wertvolle Informationen für die Medienauswahl in der Kampagnenplanung. Gleiches gilt für die LA-MED-Studien in den Bereichen Pharmazie (LA-PHARM) und Zahnmedizin (LA-DENT).

Die LA-MED Facharzt-Studie

Die LA-MED Facharzt-Studie ist eine schriftliche Befragung (print/online) von Fachärzten auf der Basis des ZAW-Rahmenschemas für Werbeträgeranalysen. Das von der LA-MED beauftragte Marktforschungsinstitut IFAK befragt dabei die Fachärzte primär zur Nutzung medizinischer Fachzeitschriften und -zeitungen. Die Studie gibt Auskunft darüber, wie viele Ärzte welche Titel wie regelmäßig lesen.

Die Befragten – Ihre Zielgruppe

Für die Facharzt-Studie werden Ärzte in verschiedenen Fachgruppen befragt:

- Dermatologen
- Gynäkologen
- HNO-Ärzte
- Internisten
- Ärzte für Nervenheilkunde, Neurologen, Psychiater
- Orthopäden/Unfallchirurgen
- Pädiater
- Urologen
- Kliniker

In den acht Facharztgruppen werden niedergelassene Ärzte sowie Chef- und Oberärzte befragt. In der Gruppe der Kliniker erhalten sowohl Chef- und Oberärzte als auch Stations- und Assistenzärzte den Fragebogen zugeschickt.

Das Institut IFAK wählt die Ärzte repräsentativ aus der Grundgesamtheit der jeweiligen Facharztgruppe aus, sodass ihre Antworten stellvertretend für die Gesamtheit der Fachärzte in der Bundesrepublik stehen.

Die LA-MED-Studien befragen stets Ärztinnen und Ärzte gleichermaßen entsprechend der jeweils untersuchten Zielgruppe. Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird in dieser Broschüre auf die gleichzeitige Verwendung der Sprachformen männlich, weiblich und divers (m/w/d) verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichermaßen für alle Geschlechter.

Die Ergebnisse 2022 – Reichweitendaten und mehr

Einige grundlegende Studienergebnisse haben wir Ihnen in dieser Broschüre zusammengestellt:

- **Reichweitenwert „Leser pro Ausgabe" (LpA):**
  Der LpA bezeichnet die durchschnittliche Anzahl der Leser einer durchschnittlichen Ausgabe einer Zeitschrift oder Zeitung.
  Lesebeispiel für die Ergebnisdaten:
  Eine LpA-Reichweite von 35 % für einen Titel bedeutet, dass mit einer Ausgabe des Titels im Durchschnitt 35 % aller Ärzte der jeweiligen Fachgruppe erreicht werden.
- **Touchpoint Relevanz-Check:**
  Diese Ergebnisse beschreiben die unterschiedliche Relevanz verschiedener Touchpoints bei der medizinischen Information im Alltag von Fachärzten.
- **Aktivierungsleistung:**
  Hiermit wird das crossmediale Aktivierungspotenzial medizinischer Fachzeitschriften beschrieben.

Die vollständigen Ergebnisse mit allen erhobenen Informationen zum Mediennutzungsverhalten von Fachärzten stehen exklusiv den Mitgliedsunternehmen der Arbeitsgemeinschaft LA-MED zur Verfügung. Bei Interesse fragen Sie unsere Generalsekretärin Vera Richter nach Details: LA-MED@LA-MED.de oder Telefon: 04621 39 29 947

Die Zeitschriften und Zeitungen

Die in der Facharzt-Studie geprüften Zeitschriften und Zeitungen stellen sich dem Votum ihrer Leser. Damit liefern sie ihren Werbepartnern Transparenz und Leistungsdaten für die Kommunikation mit den Zielgruppen.

Inhalt

Touchpoint Relevanz-Check

Aktivierungsleistung

Dermatologen

Gynäkologen

HNO-Ärzte

Internisten

Ärzte für Nervenheilkunde, Neurologen, Psychiater

Orthopäden/Unfallchirurgen

Pädiater

Urologen

Kliniker

Die LA-MED-Studien befragen stets Ärztinnen und Ärzte gleichermaßen entsprechend der jeweils untersuchten Zielgruppe. Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird in dieser Broschüre auf die gleichzeitige Verwendung der Sprachformen männlich, weiblich und divers (m/w/d) verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichermaßen für alle Geschlechter.

LA-MED Touchpoint Relevanz-Check 2022

Berufsbezogene Informationen für Ärzte – breites Angebot, crossmediale Nutzung

Das Informationsangebot für Ärzte ist umfangreich und vielfältig: online und offline, gedruckt und digital, Kongresse, Veranstaltungen, Gespräche, Filme usw. Dementsprechend gestaltet sich die Informationsbeschaffung von Ärzten crossmedial. Ärzte verlassen sich praktisch nie auf nur eine Quelle.

Die wichtigsten Elemente der Information-Journey sind Fortbildungen, das Lesen von Print-Fachmedien und der persönliche kollegiale Austausch, gefolgt von Recherche im Internet.

Kommunikation mit Ärzten – Kombination der Informations-Touchpoints

Um aus diesem Angebot an Kommunikationsmitteln gezielt die jeweils passenden Touchpoints zusammenstellen zu können, braucht es Know-how über ihr Zusammenspiel: Welche Informationsquellen spielen für den Arzt wann eine Rolle? Gibt es – je nach Alltagssituation – Unterschiede in der Relevanz?

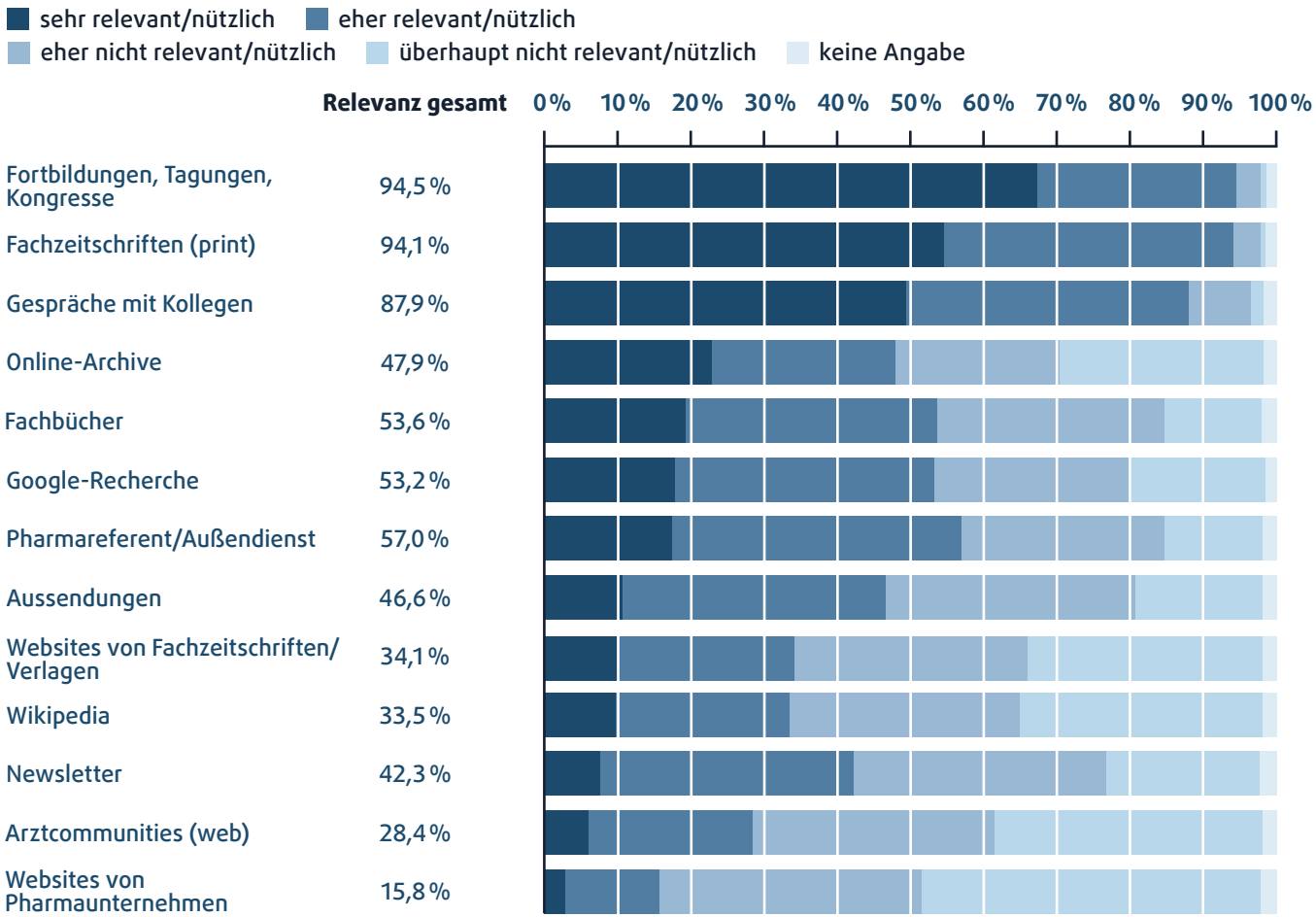
Kommunikationsplanung für Ärzte – valide Marktforschung

Im Rahmen des LA-MED Touchpoint Relevanz-Checks geben die Zielgruppen Auskunft zu ihren wichtigsten Informations-Touchpoints, differenziert nach Standardtherapien und neuen medikamentösen Therapieoptionen. Hier ein Ergebnisauszug.

Die LA-MED-Studien befragen stets Ärztinnen und Ärzte gleichermaßen entsprechend der jeweils untersuchten Zielgruppe. Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird in dieser Broschüre auf die gleichzeitige Verwendung der Sprachformen männlich, weiblich und divers (m/w/d) verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichermaßen für alle Geschlechter.

Ergebnisse: Relevanz von Touchpoints

Relevanz von Touchpoints bei neuen medikamentösen Therapieoptionen



LA-MED Touchpoint Relevanz-Check 2022

Im Rahmen des LA-MED Touchpoint Relevanz-Checks geben die Zielgruppen Auskunft zu ihren wichtigsten Informations-Touchpoints.

Die wichtigsten Elemente der Information-Journey sind Fortbildungen, das Lesen von Print-Fachmedien und der persönliche kollegiale Austausch, gefolgt von Recherche im Internet.

Grundgesamtheit: 99.362 (Niedergelassene und Chef- und Oberärzte, 8 Fachgruppen, BRD), Fälle erhoben: 2.416

Aktivierungsleistung

Aktivierungsleistung – was ist damit gemeint?

Zeitschriften regen ihre Leser an, weitere Informationsmittel und Medien zu nutzen, initiieren Kaufvorgänge, Veranstaltungsbesuche und Verhaltensveränderungen.

- Im Event-Kalender Ihres lokalen Veranstaltungsmagazins entdecken Sie eine Konzertankündigung und ordern direkt Ihre Tickets.
- Den Testbericht der Autozeitschrift nutzen Sie, um in den Autohäusern gezielte Fragen zu Ihrer Investitionsentscheidung zu stellen.

Aktivierung von Ärzten durch medizinische Fachzeitschriften

Die Arbeitsgemeinschaft LA-MED untersucht regelmäßig, inwieweit Erfahrungen aus der Publikumspresse übertragbar sind auf medizinische Fachzeitschriften und Ärzte.

Der Aktivierungs-Check in der LA-MED Facharztstudie 2022

- belegt eindeutig: Medizinische Fachzeitschriften aktivieren nachweislich und konstant ihre Leser.
- unterstreicht das crossmediale Aktivierungspotenzial medizinischer Fachzeitschriften im Marketing-Mix.

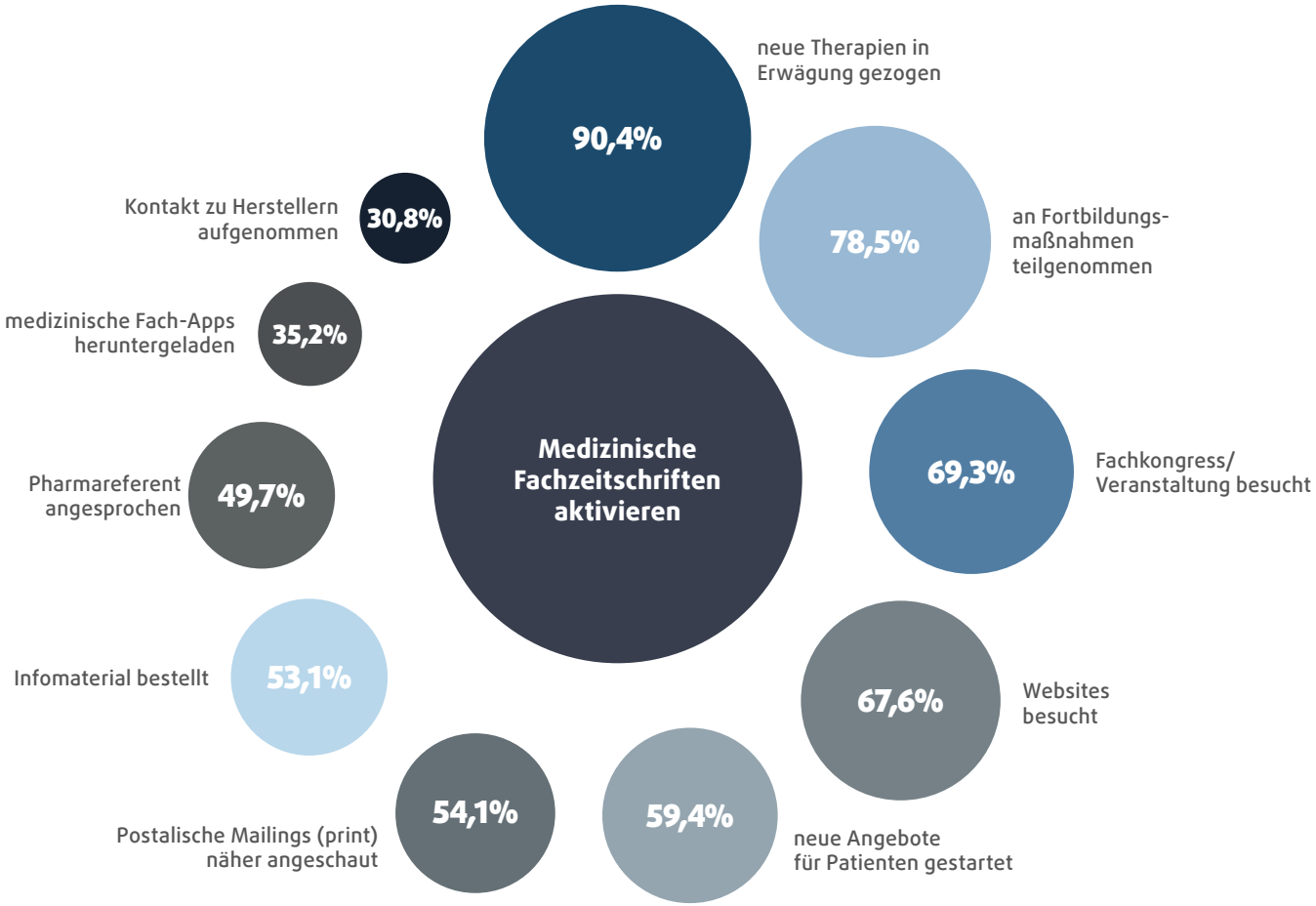
Die medizinische Fachzeitschrift ist aktivierendes Herzstück im Kommunikations-Mix und wichtiger Impulsgeber in der medizinischen Fachkommunikation. Anzeigen setzen starke Impulse im Zusammenspiel mit redaktionellen Inhalten.

- Print wirkt.
- Print aktiviert.
- Print erzielt effektive Erfolge bei der Aktivierung Ihrer Zielgruppen.

Die LA-MED-Studien befragen stets Ärztinnen und Ärzte gleichermaßen entsprechend der jeweils untersuchten Zielgruppe. Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird in dieser Broschüre auf die gleichzeitige Verwendung der Sprachformen männlich, weiblich und divers (m/w/d) verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichermaßen für alle Geschlechter.

Ergebnisse: Aktivierungsleistung

Aktivierungsleistung von Fachzeitschriften



Der Aktivierungs-Check in der LA-MED Facharzt-Studie 2022

- belegt eindeutig: Medizinische Fachzeitschriften aktivieren nachweislich ihre Leser.
- bestätigt: Lektüre in Fachzeitschriften regt Fachärzte in Praxis und Klinik zu neuen Therapieoptionen und Angeboten für ihre Patienten an, ebenso zu weiterer Mediennutzung und Fortbildung.
- unterstreicht das crossmediale Aktivierungspotenzial medizinischer Fachzeitschriften im Marketing-Mix.

Grundgesamtheit: 99.362 (Niedergelassene und Chef- und Oberärzte, 8 Fachgruppen, BRD), Fälle erhoben: 2.416
„Zu welchen Aktivitäten sind Sie durch die Lektüre von medizinischen Fachzeitschriften angeregt worden?“

Dermatologen

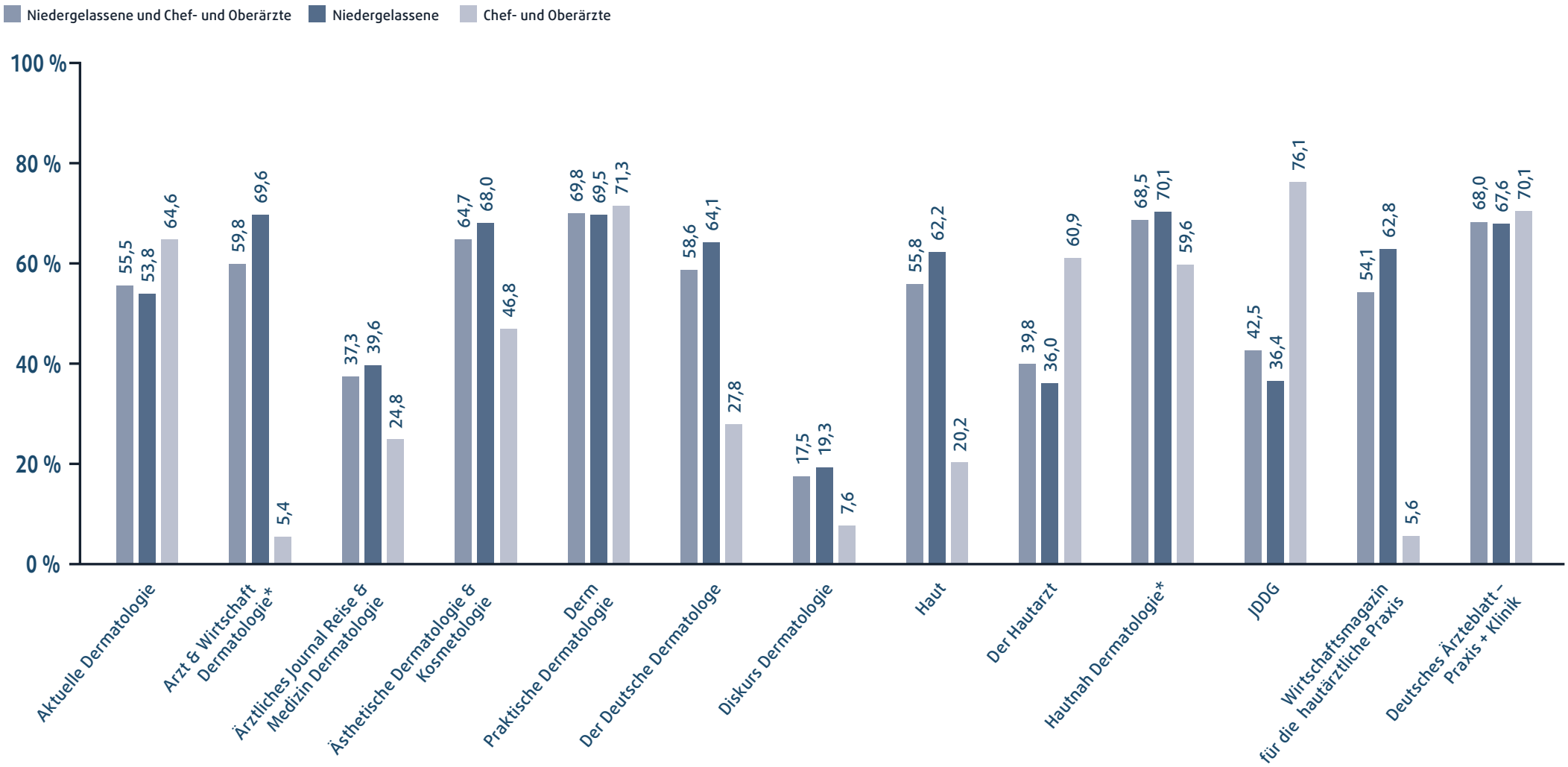
Die Titel im Überblick

Titel	Verlag	IVW-geprüft	Verbreitete Auflage*	Erscheinungsweise
Aktuelle Dermatologie	Georg Thieme Verlag	ja	4.130	10 x jährlich
Arzt & Wirtschaft Dermatologie	MedTriX	ja	3.386	2-monatlich
Ärztliches Journal Reise & Medizin Dermatologie	Otto Hoffmanns Verlag	ja	6.350	2-monatlich
Ästhetische Dermatologie & Kosmetologie	Springer Medizin Verlag	ja	4.005	2-monatlich
Derm Praktische Dermatologie	OmniMed Verlagsgesellschaft	ja	6.014	2-monatlich
Der Deutsche Dermatologe	Springer Medizin Verlag	ja	4.259	monatlich
Diskurs Dermatologie	mdm-MedienDiensteMedizin-Verlagsgesellschaft	ja	2.982	monatlich
Haut	WPV. Wirtschafts- und Praxisverlag	ja	4.665	2-monatlich
Der Hautarzt	Springer Medizin Verlag	ja	1.341	monatlich
Hautnah Dermatologie	Springer Medizin Verlag	ja	4.865	2-monatlich
JDDG Journal der Deutschen Dermatologischen Gesellschaft	Wiley-VCH	ja	4.074	monatlich
Wirtschaftsmagazin für die hautärztliche Praxis	WPV. Wirtschafts- und Praxisverlag	ja	3.385	2-monatlich
Deutsches Ärzteblatt – Praxis + Klinik	Deutscher Ärzteverlag	ja	4.561	wöchentlich

* Durchschnittlich verbreitete Auflage an Ärzte mit Facharztanerkennung (1.7.2021 – 30.6.2022) laut Erklärungen der Verlage

Dermatologen

Ergebnisse: Leser pro Ausgabe (LpA)



Grundgesamtheit: 4.097 / Fälle erhoben: 329 / Feldzeit: 09/21–06/22
* Im Erhebungszeitraum wurde eine zusätzliche Sonderausgabe herausgegeben; dies kann einen Einfluss auf die Reichweitenermittlung gehabt haben.

Gynäkologen

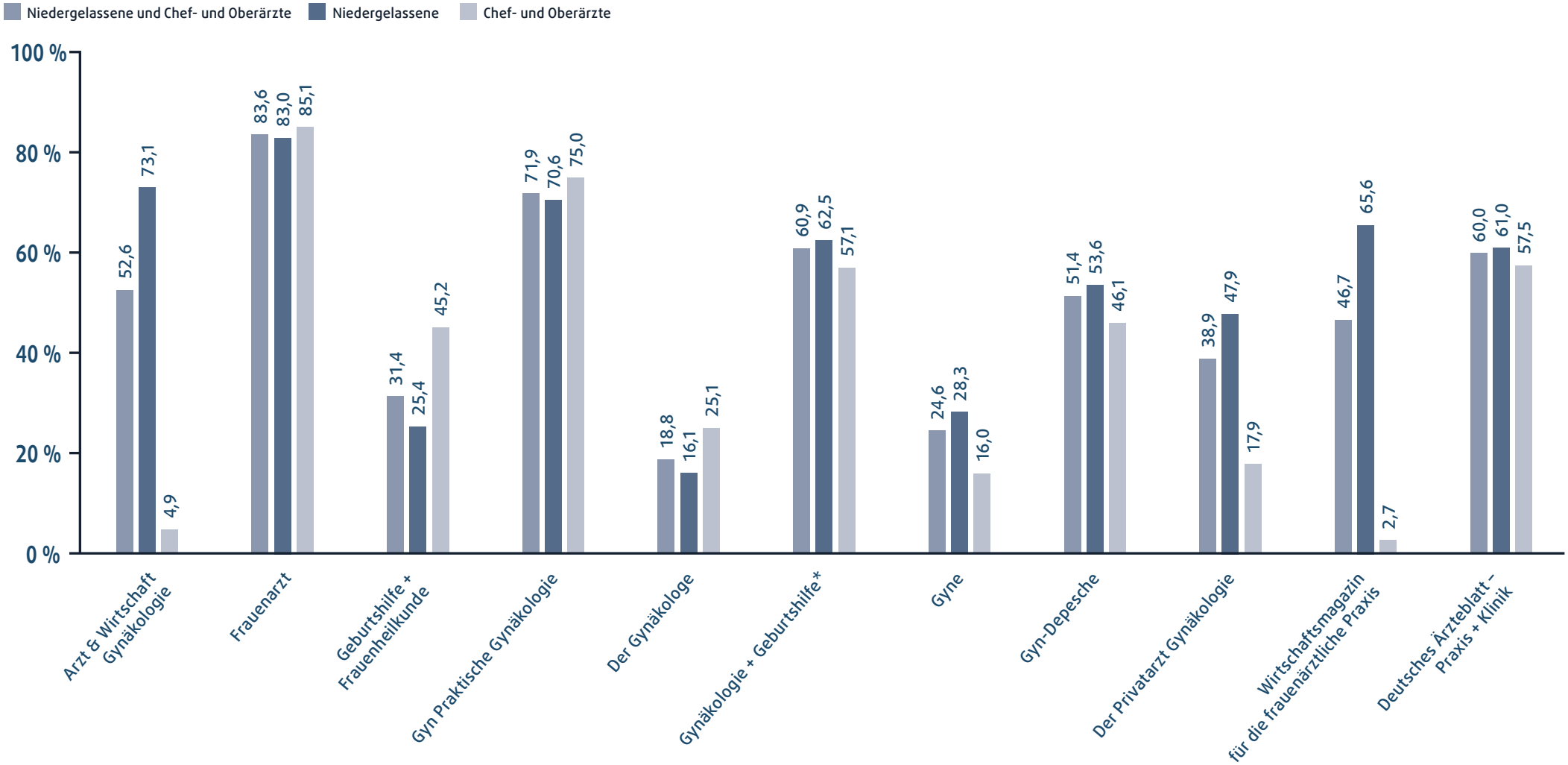
Die Titel im Überblick

Titel	Verlag	IVW-geprüft	Verbreitete Auflage*	Erscheinungsweise
Arzt & Wirtschaft Gynäkologie	MedTriX	ja	8.787	2-monatlich
Frauenarzt	publimed Medizin und Medien	ja	21.725	monatlich
Geburtshilfe + Frauenheilkunde	Georg Thieme Verlag	ja	4.631	monatlich
Gyn Praktische Gynäkologie	OmniMed Verlagsgesellschaft	ja	17.247	2-monatlich
Der Gynäkologe	Springer Medizin Verlag	ja	1.751	monatlich
Gynäkologie + Geburtshilfe	Springer Medizin Verlag	ja	11.922	2-monatlich
Gyne	Mediengruppe Oberfranken Fachverlage	ja	9.881	8 x jährlich
Gyn-Depesche	GFI. Gesellschaft für medizinische Information	ja	11.792	2-monatlich
Der Privatarzt Gynäkologie	MiM Verlagsgesellschaft	ja	10.847	2-monatlich
Wirtschaftsmagazin für die frauenärztliche Praxis	WPV. Wirtschafts- und Praxisverlag	ja	9.076	2-monatlich
Deutsches Ärzteblatt – Praxis + Klinik	Deutscher Ärzteverlag	ja	15.360	wöchentlich

* Durchschnittlich verbreitete Auflage an Ärzte mit Facharztanerkennung (1.7.2021 – 30.6.2022) laut Erklärungen der Verlage

Gynäkologen

Ergebnisse: Leser pro Ausgabe (LpA)



Grundgesamtheit: 13.085 / Fälle erhoben: 308 / Feldzeit: 09/21–06/22
* Im Erhebungszeitraum wurde eine zusätzliche Sonderausgabe herausgegeben; dies kann einen Einfluss auf die Reichweitenermittlung gehabt haben.

HNO-Ärzte

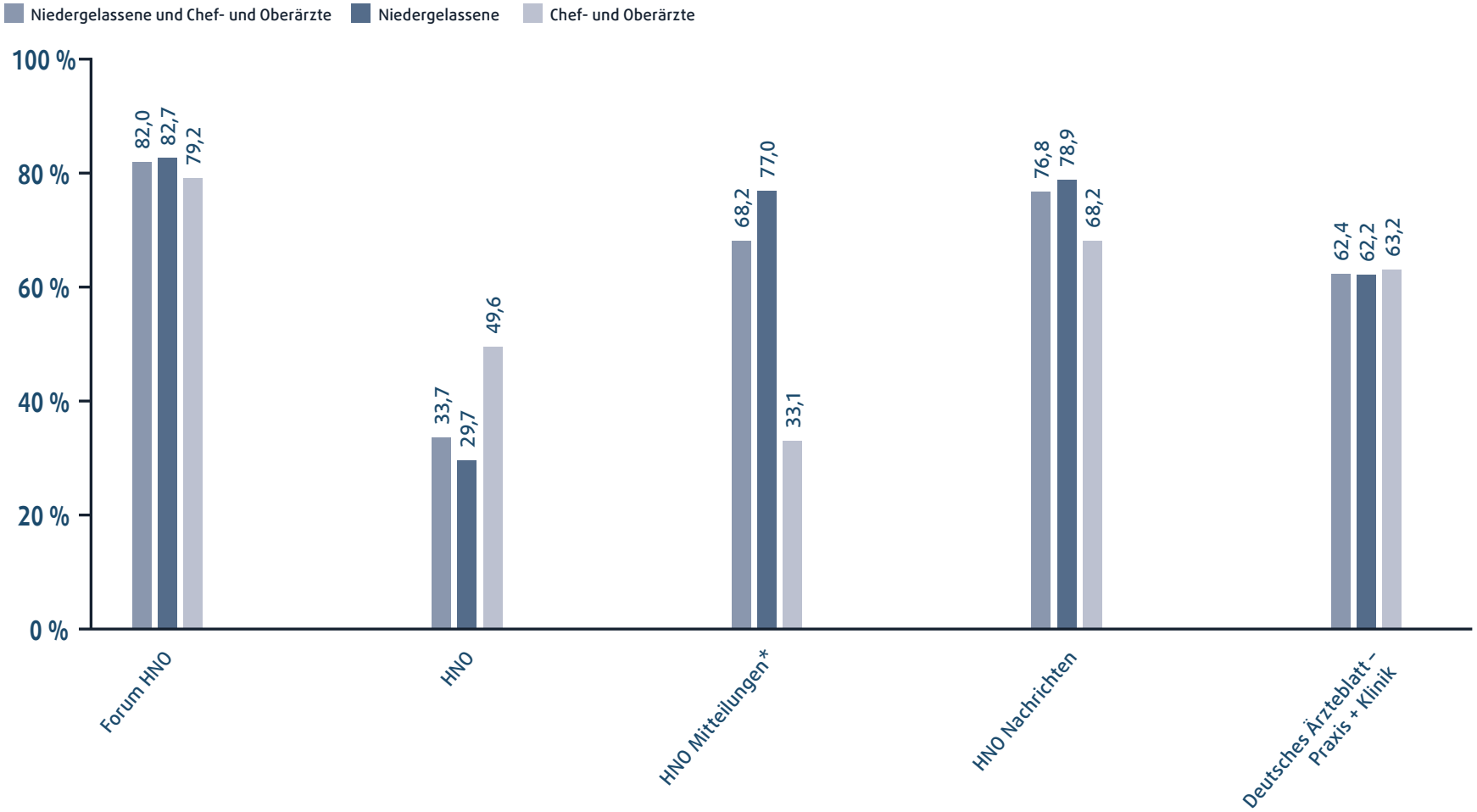
Die Titel im Überblick

Titel	Verlag	IVW-geprüft	Verbreitete Auflage*	Erscheinungsweise
Forum HNO	Omnimed Verlagsgesellschaft	ja	6.075	2-monatlich
HNO	Springer Medizin Verlag	ja	664	monatlich
HNO Mitteilungen	Deutscher Ärzteverlag	ja	3.684	2-monatlich
HNO Nachrichten	Springer Medizin Verlag	ja	4.921	2-monatlich
Deutsches Ärzteblatt – Praxis + Klinik	Deutscher Ärzteverlag	ja	5.251	wöchentlich

* Durchschnittlich verbreitete Auflage an Ärzte mit Facharztanerkennung (1.7.2021 – 30.6.2022) laut Erklärungen der Verlage

HNO-Ärzte

Ergebnisse: Leser pro Ausgabe (LpA)



Grundgesamtheit: 4.601 / Fälle erhoben: 255 / Feldzeit: 09/21–06/22
* Im Erhebungszeitraum wurde eine zusätzliche Sonderausgabe herausgegeben; dies kann einen Einfluss auf die Reichweitenermittlung gehabt haben.

Internisten

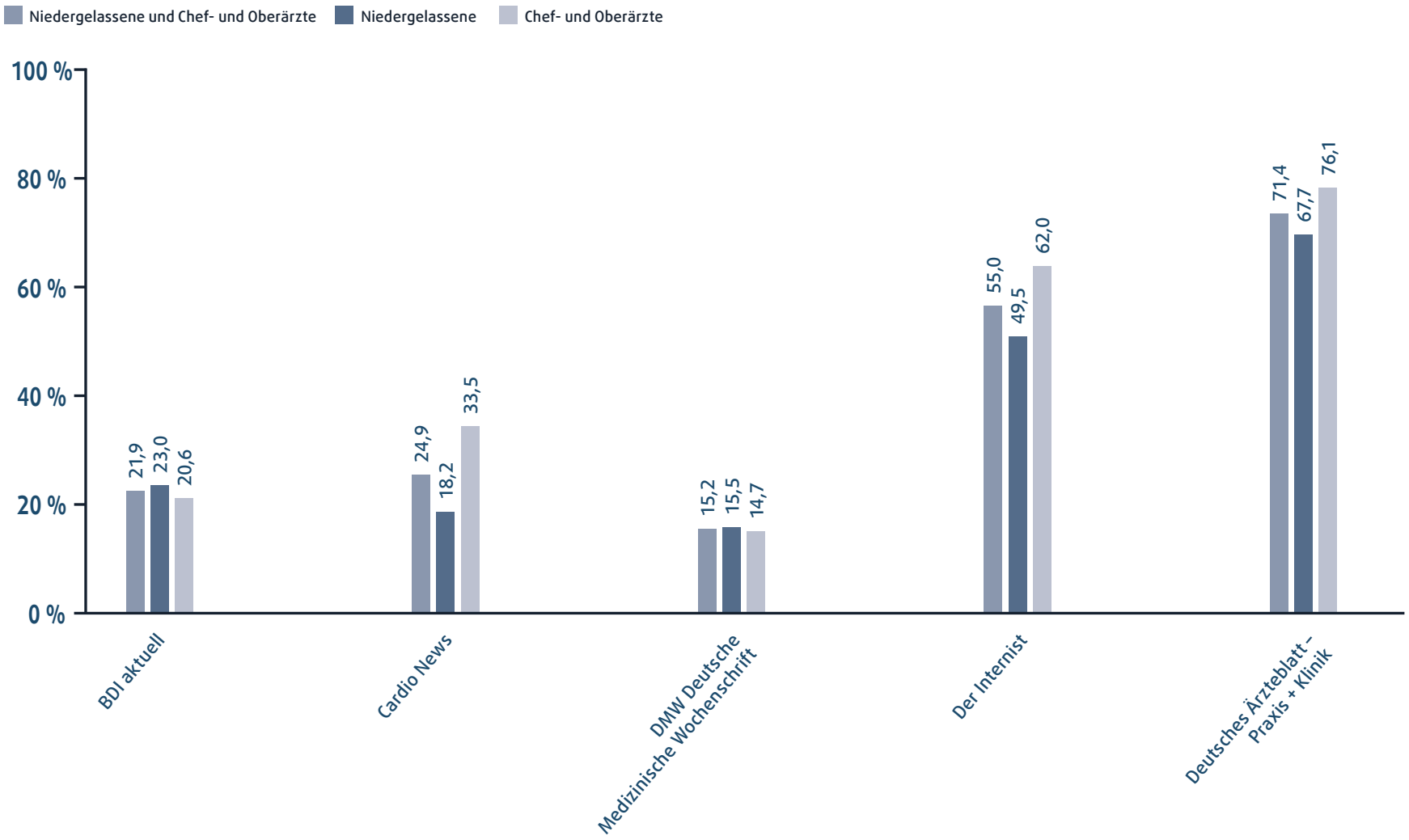
Die Titel im Überblick

Titel	Verlag	IVW-geprüft	Verbreitete Auflage*	Erscheinungsweise
BDI aktuell	Springer Medizin Verlag	ja	17.688	monatlich
Cardio News	Springer Medizin Verlag	ja	28.824	monatlich
DMW Deutsche Medizinische Wochenschrift	Georg Thieme Verlag	ja	3.705	14-täglich
Der Internist	Springer Medizin Verlag	ja	40.801	monatlich
Deutsches Ärzteblatt – Praxis + Klinik	Deutscher Ärzteverlag	ja	27.425	wöchentlich

* Durchschnittlich verbreitete Auflage an Ärzte mit Facharztanerkennung (1.7.2021 – 30.6.2022) laut Erklärungen der Verlage

Internisten

Ergebnisse: Leser pro Ausgabe (LpA)



Grundgesamtheit: 36.524 / Fälle erhoben: 259 / Feldzeit: 09/21–06/22

Ärzte für Nervenheilkunde, Neurologen, Psychiater

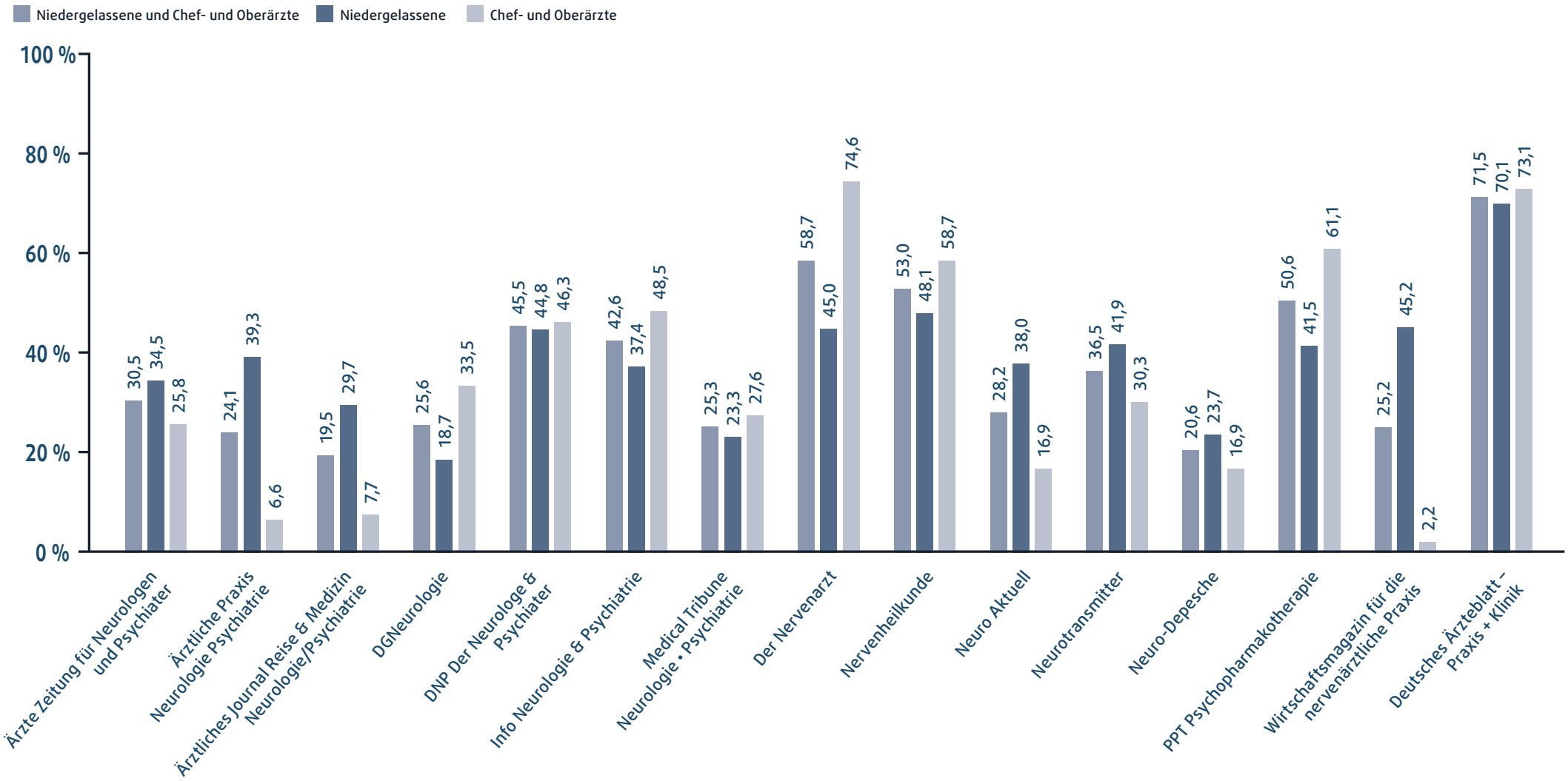
Die Titel im Überblick

Titel	Verlag	IVW-geprüft	Verbreitete Auflage*	Erscheinungsweise
Ärzte Zeitung für Neurologen und Psychiater	Springer Medizin Verlag	ja	5.590	2-monatlich
Ärztliche Praxis Neurologie Psychiatrie	Biermann Verlag	ja	7.470	2-monatlich
Ärztliches Journal Reise & Medizin Neurologie/Psychiatrie	Otto Hoffmanns Verlag	ja	5.650	2-monatlich
DGNeurologie	Springer Medizin Verlag	ja	9.729	2-monatlich
DNP Der Neurologe & Psychiater	Springer Medizin Verlag	ja	10.646	2-monatlich
Info Neurologie & Psychiatrie	Springer Medizin Verlag	ja	13.483	monatlich
Medical Tribune Neurologie • Psychiatrie	MedTriX	ja	11.940	2-monatlich
Der Nervenarzt	Springer Medizin Verlag	ja	17.566	monatlich
Nervenheilkunde	Georg Thieme Verlag	ja	16.258	11 x jährlich
Neuro Aktuell	Mediengruppe Oberfranken Fachverlage	ja	9.469	8 x jährlich
Neurotransmitter	Springer Medizin Verlag	ja	10.617	monatlich
Neuro-Depesche	GFI. Gesellschaft für medizinische Information	ja	9.621	8 x jährlich
PPT Psychopharmakotherapie	Wissenschaftliche Verlagsgesellschaft	ja	10.802	2-monatlich
Wirtschaftsmagazin für die nervenärztliche Praxis	WPV. Wirtschafts-und Praxisverlag	ja	6.546	2-monatlich
Deutsches Ärzteblatt – Praxis + Klinik	Deutscher Ärzteverlag	ja	11.187	wöchentlich

* Durchschnittlich verbreitete Auflage an Ärzte mit Facharztanerkennung (1.7.2021 – 30.6.2022) laut Erklärungen der Verlage

Ärzte für Nervenheilkunde, Neurologen, Psychiater

Ergebnisse: Leser pro Ausgabe (LpA)



Grundgesamtheit: 15.051 / Fälle erhoben: 278 / Feldzeit: 09/21–06/22

Orthopäden/Unfallchirurgen

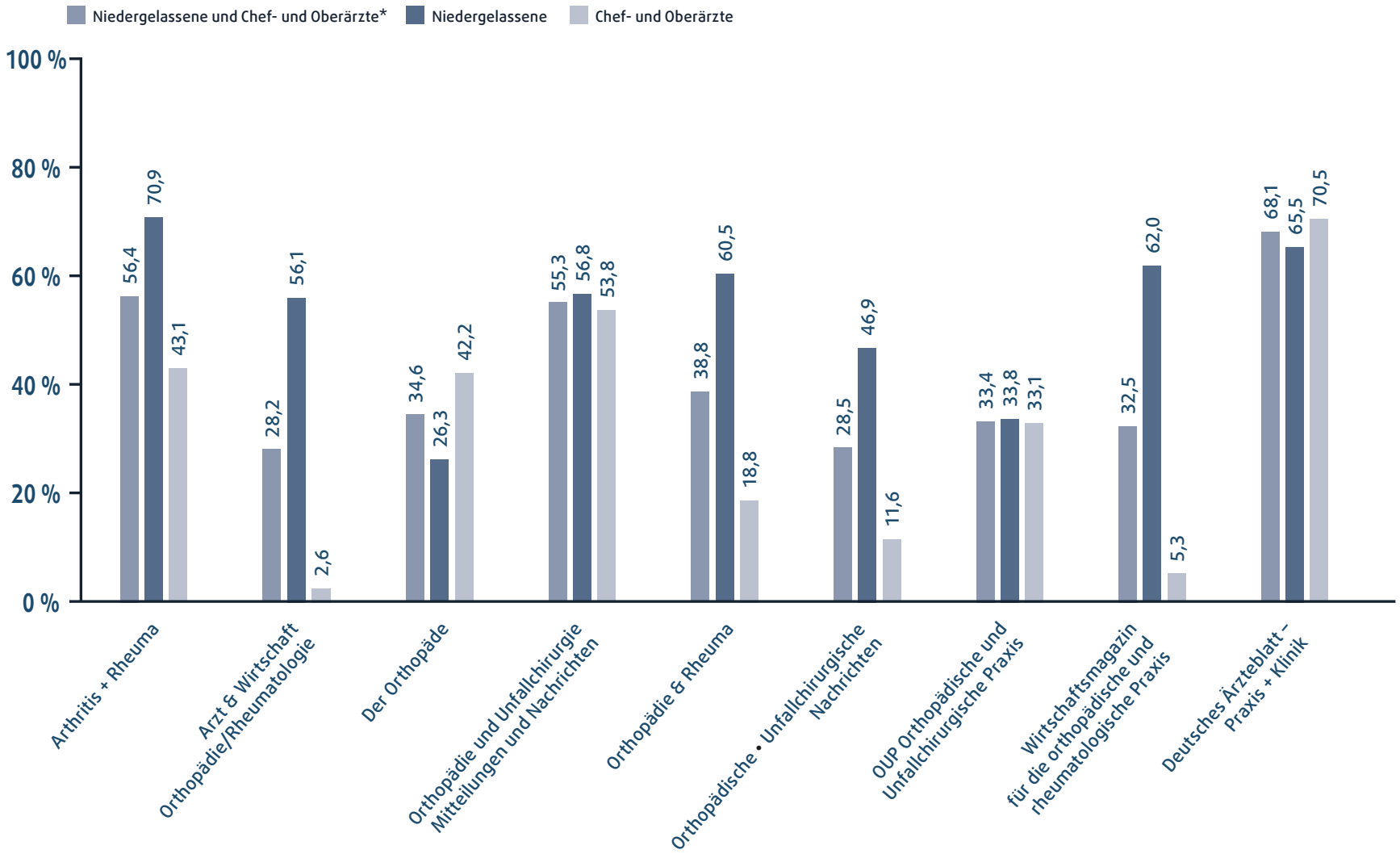
Die Titel im Überblick

Titel	Verlag	IVW-geprüft	Verbreitete Auflage*	Erscheinungsweise
Arthritis + Rheuma	Georg Thieme Verlag	ja	7.994	2-monatlich
Arzt & Wirtschaft Orthopädie/Rheumatologie	MedTriX	ja	6.070	2-monatlich
Der Orthopäde	Springer Medizin Verlag	ja	1.856	monatlich
Orthopädie und Unfallchirurgie Mitteilungen und Nachrichten	Springer Medizin Verlag	ja	14.188	2-monatlich
Orthopädie & Rheuma	Springer Medizin Verlag	ja	6.430	2-monatlich
Orthopädische • Unfallchirurgische Nachrichten	Biermann Verlag	ja	5.970	8 x jährlich
OUP Orthopädische und Unfallchirurgische Praxis	Deutscher Ärzteverlag	ja	4.307	2-monatlich
Wirtschaftsmagazin für die orthopädische und rheumatologische Praxis	WPV. Wirtschafts- und Praxisverlag	ja	6.691	2-monatlich
Deutsches Ärzteblatt – Praxis + Klinik	Deutscher Ärzteverlag	ja	15.192	wöchentlich

* Durchschnittlich verbreitete Auflage an Ärzte mit Facharztanerkennung (1.7.2021 – 30.6.2022) laut Erklärungen der Verlage

Orthopäden/Unfallchirurgen

Ergebnisse: Leser pro Ausgabe (LpA)



Grundgesamtheit: 12.853 / Fälle erhoben: 284 / Feldzeit: 09/21–06/22
* Statistische Besonderheit, daher eingeschränkte Vergleichbarkeit zu den Vorgängerstudien

Pädiater

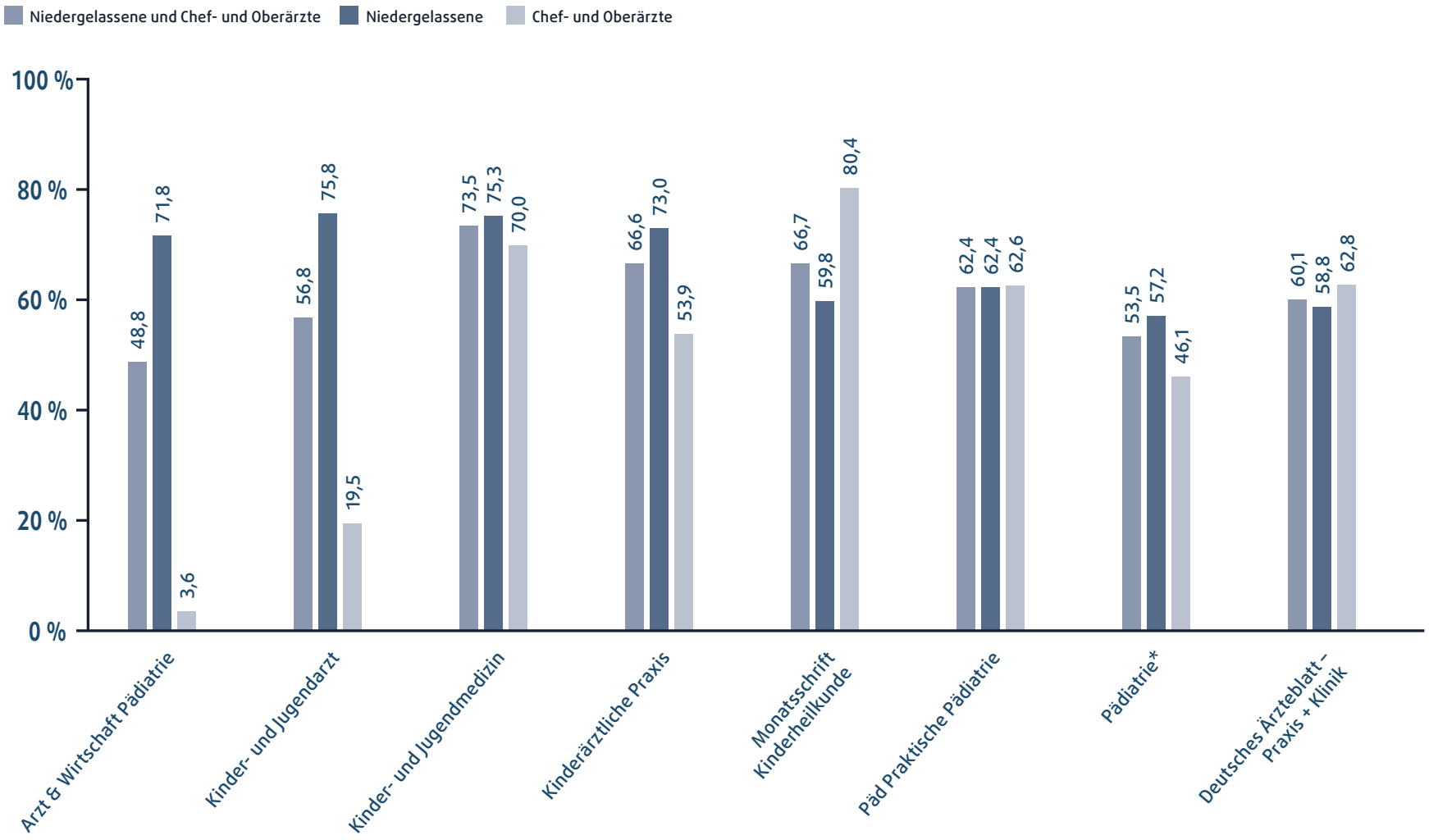
Die Titel im Überblick

Titel	Verlag	IVW-geprüft	Verbreitete Auflage*	Erscheinungsweise
Arzt & Wirtschaft Pädiatrie	MedTriX	ja	5.598	2-monatlich
Kinder- und Jugendarzt	Hansisches Verlagskontor	ja	8.777	monatlich
Kinder- und Jugendmedizin	Georg Thieme Verlag	ja	8.987	2-monatlich
Kinderärztliche Praxis	Verlag Kirchheim	ja	7.269	2-monatlich
Monatsschrift Kinderheilkunde	Springer Medizin Verlag	ja	17.298	monatlich
Päd Praktische Pädiatrie	OmniMed Verlagsgesellschaft	ja	12.011	2-monatlich
Pädiatrie	Springer Medizin Verlag	ja	9.032	2-monatlich
Deutsches Ärzteblatt – Praxis + Klinik	Deutscher Ärzteverlag	ja	12.361	wöchentlich

* Durchschnittlich verbreitete Auflage an Ärzte mit Facharztanerkennung (1.7.2021 – 30.6.2022) laut Erklärungen der Verlage

Pädiater

Ergebnisse: Leser pro Ausgabe (LpA)



Grundgesamtheit: 8.681 / Fälle erhoben: 401 / Feldzeit: 09/21–06/22
* Im Erhebungszeitraum wurde eine zusätzliche Sonderausgabe herausgegeben; dies kann einen Einfluss auf die Reichweitenermittlung gehabt haben.

Urologen

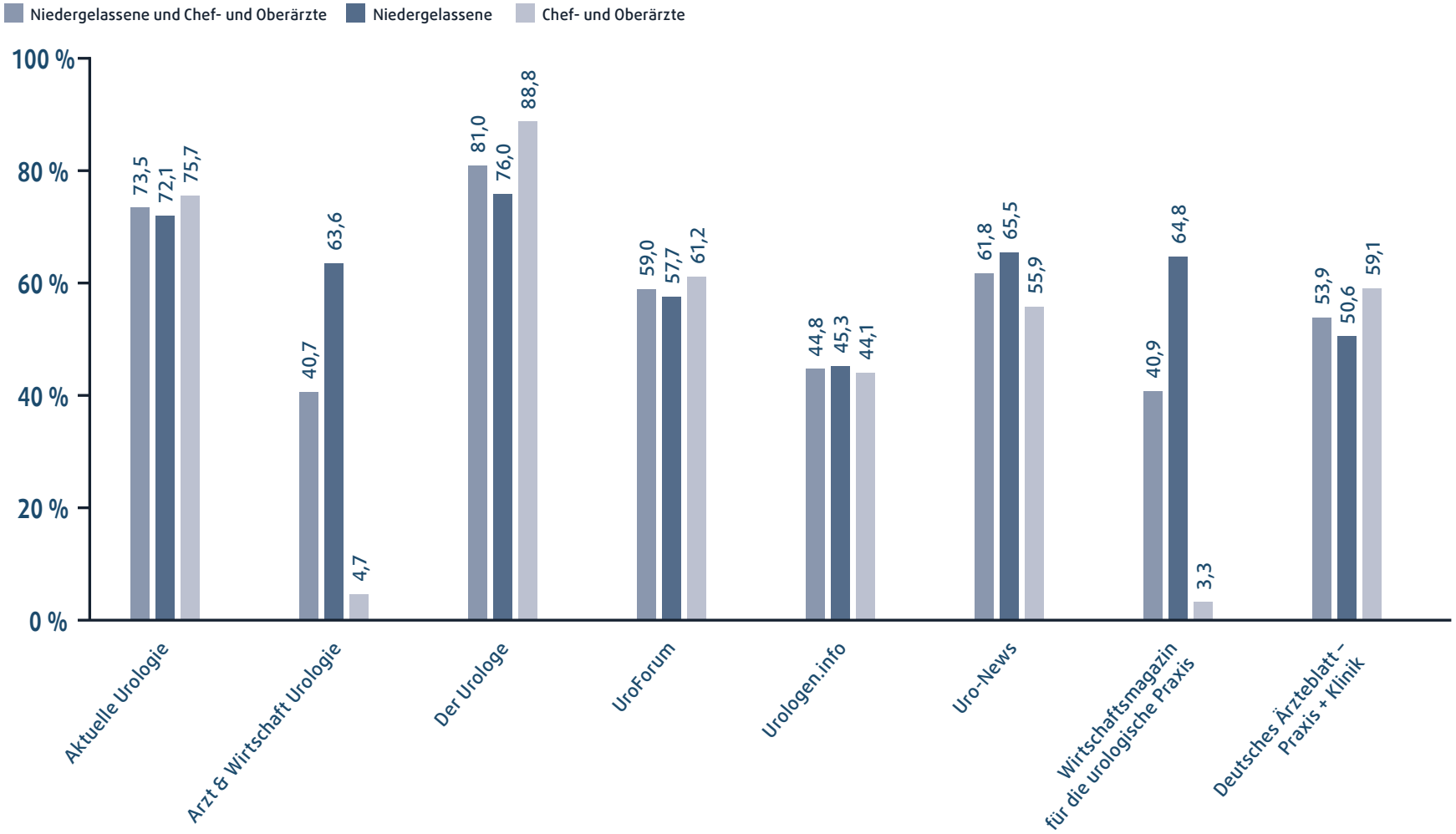
Die Titel im Überblick

Titel	Verlag	IVW-geprüft	Verbreitete Auflage*	Erscheinungsweise
Aktuelle Urologie	Georg Thieme Verlag	ja	4.747	2-monatlich
Arzt & Wirtschaft Urologie	MedTriX	ja	2.657	2-monatlich
Der Urologe	Springer Medizin Verlag	ja	7.193	monatlich
UroForum	Publimed Medizin und Medien	ja	5.881	10 x jährlich
Urologen.info	pro anima medizin medien	ja	4.393	2-monatlich
Uro-News	Springer Medizin Verlag	ja	4.660	monatlich
Wirtschaftsmagazin für die urologische Praxis	WPV. Wirtschafts- und Praxisverlag	ja	2.725	2-monatlich
Deutsches Ärzteblatt – Praxis + Klinik	Deutscher Ärzteverlag	ja	5.530	wöchentlich

* Durchschnittlich verbreitete Auflage an Ärzte mit Facharztanerkennung (1.7.2021 – 30.6.2022) laut Erklärungen der Verlage

Urologen

Ergebnisse: Leser pro Ausgabe (LpA)



Grundgesamtheit: 4.470 / Fälle erhoben: 302 / Feldzeit: 09/21–06/22

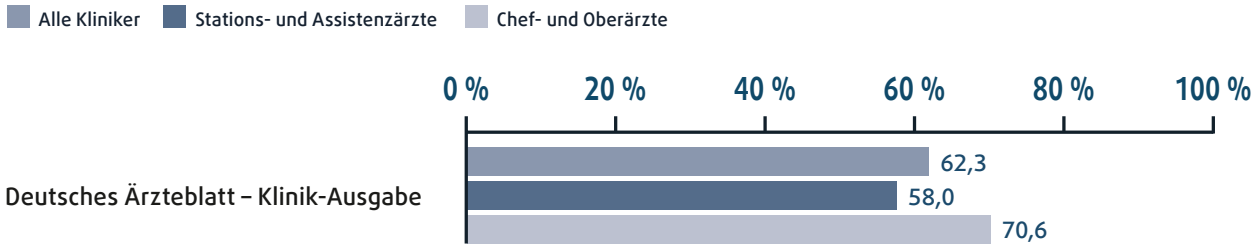
Kliniker

Die Titel im Überblick

Titel	Verlag	IVW-geprüft	Verbreitete Auflage*	Erscheinungsweise
Deutsches Ärzteblatt – Klinik-Ausgabe	Deutscher Ärzteverlag	ja	193.907	wöchentlich

* Durchschnittlich verbreitete Auflage an Ärzte mit Facharztanerkennung (1.7.2021 – 30.6.2022) laut Erklärungen der Verlage

Ergebnisse: Leser pro Ausgabe (LpA)



Grundgesamtheit: 200.565 / Fälle erhoben: 326 /Feldzeit: 09/21–06/22

Die Mitglieder der Arbeitsgemeinschaft LA-MED

Agenturen

- antwerpes healthy media
- ARISTON Media Service
- DP-Medsystems
- Edelman
- eickhoff kommunikation
- Havas Media Germany
- Initiative Media
- Jäger Health
- Kernmedia – Agentur für Kommunikation im Gesundheitswesen
- med publico
- MediaCom Agentur für Media-Beratung
- mediaplan
- Mediaplus Gruppe für innovative Media
- medical relations
- Medizin & Markt
- MW Office Ges. für Marketing und Werbung
- Omnicom Media Group
- pilot
- SK2 Solutions
- Starcom
- TERRITORY
- Universal McCann
- Wächter & Wächter Worldwide Partners
- Wavemaker
- WEFRA LIFE
- Zenithmedia

Industrie

- Bayer Health Care
- Berlin-Chemie
- BPI Bundesverband der Pharmazeutischen Industrie
- Dr. Willmar Schwabe
- FaktenSchmied
- Grünenthal
- Lilly Deutschland
- Merck Healthcare Germany
- MSD Sharp & Dohme
- Norgine
- PLANiMED Gesellschaft für Strukturdaten und Kommunikation
- Sanofi-Aventis Deutschland
- Servier Deutschland

Verlage

- Apo-Verlag
- Avoxa – Mediengruppe Deutscher Apotheker
- Bauer Media Group
- Biermann Verlag
- Deutscher Ärzteverlag
- Deutscher Apotheker Verlag
- esanum
- Georg Thieme Verlag
- GFI. Gesellschaft für medizinische Information
- Hansisches Verlagskontor
- mdm – MedienDiensteMedizin Verlagsgesellschaft
- Mediengruppe Oberfranken Fachverlage
- MEDSCAPE
- MedTriX
- MiM Verlagsgesellschaft
- mm medizin + medien Verlag
- OmniMed Verlagsgesellschaft
- Otto Hoffmanns Verlag
- pro anima medizin medien
- Rote Liste Service Ges.
- Springer Medizin Verlag
- TRILLIUM Medizinischer Fachverlag
- Umschau Zeitschriftenverlag
- UNIVERSIMED Deutschland
- Verlag Kirchheim
- Wiley-VCH
- WPV Wirtschafts- und Praxisverlag

Als Mitglied der Arbeitsgemeinschaft LA-MED ...

... kann auch Ihr Unternehmen die Projekte der LA-MED mitgestalten.

... kann auch Ihr Unternehmen die in den Studien erhobenen Daten zusätzlich in elektronischer Form, im mds-Zählprogramm, nutzen.

... erhält auch Ihr Unternehmen die Berichtsbände aller LA-MED-Reichweitenstudien und damit Primärdaten über Ihre Zielgruppen für Ihre Kommunikationsplanung.

Gerne würden wir Sie als neues Mitglied für die LA-MED gewinnen.
Ansprechpartnerin für alle Fragen ist die Generalsekretärin Vera Richter (LA-MED@LA-MED.de, Telefon: 04621 39 29 947)