

LA-MED



API-Studie 2023

Eine Untersuchung der LA-MED zur Nutzung ärztlicher Fachmedien

Editorial

Insights über eine Zielgruppe und ihr Informationsverhalten sind Grundvoraussetzung für eine erfolgreiche Kommunikation und den effektiven Einsatz von Mediaetats.

Für die Zielgruppe der niedergelassenen Allgemeinmediziner, Praktiker und Internisten (API) in Deutschland liefert die diesjährige API-Studie vom 16. August 2023 aktuelle, relevante Daten zur tatsächlichen Nutzung der medizinischen Fachpresse, zur generellen beruflichen Mediennutzung und der Relevanz von unterschiedlichen Touchpoints.

Damit ermöglicht die LA-MED API-Studie Werbetreibenden eine qualitativ verlässliche Mediaplanung und bietet Leistungswerte und Datentransparenz für die entsprechende Medienauswahl.

Diese Broschüre gibt Ihnen einen schnellen Überblick über die wichtigsten Informationen zur Studie.

Sie finden Auszüge aus den Ergebnisdaten für die geprüften Zeitschriften und Zeitungen. Die vollständigen Ergebnisse mit allen erhobenen Informationen zum Mediennutzungsverhalten von niedergelassenen API stehen exklusiv den Mitgliedsunternehmen der Arbeitsgemeinschaft LA-MED zur Verfügung.

Fragen Sie unsere Generalsekretärin Vera Richter nach Details (LA-MED@LA-MED.de, Telefon: 04621 39 29 947).

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

Arbeitsgemeinschaft LA-MED
Kommunikationsforschung im Gesundheitswesen e.V.
Vorstand und Generalsekretärin

August 2023

LA-MED

Arbeitsgemeinschaft LA-MED
Kommunikationsforschung im Gesundheitswesen e.V.

Generalsekretariat

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

Gestaltung und Produktion

WEFRALIFE 
SOLUTIONS

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

Die Erstellung dieser Broschüre wurde unterstützt von:

Der Allgemeinarzt
UNIVERSIMED

ARZT &
WIRTSCHAFT

DER Hausarzt

der niedergelassene
arzt

MEDICAL
TRIBUNE

 Deutscher
Ärzteverlag
Gemeinsam für die beste Patientenversorgung.

MedTriX Group
we care for media solutions

 Springer Medizin

antwerpes
healthy media 

coliquio 

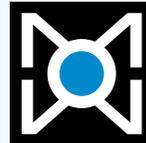
dpmed 
Wir kommunizieren
Medizin.

kermedia.

MEDIAdock
healthcare

mediaplan 
strategische mediaplanung


medical
relations


MWO

pilot


WEFRALIFE

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 Media-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 API-Studie

Die LA-MED API-Studie ist eine schriftliche Befragung von niedergelassenen Allgemeinärzten, Praktikern und Internisten (API) auf der Basis des ZAW-Rahmenschemas für Werbeträgeranalysen. Das von der LA-MED beauftragte Marktforschungsinstitut IFAK befragt dabei die Ärzte 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 LA-MED API-Studie werden 1.000 niedergelassene Allgemeinärzte, Praktiker und Internisten befragt. Das Institut wählt diese Ärzte repräsentativ aus der Grundgesamtheit von knapp 56.000 API aus, sodass ihre Antworten stellvertretend für die Gesamtheit der niedergelassenen API in der Bundesrepublik stehen.

Inhalt

Genutzte Informationsquellen

Aktivierungsleistung

Relevanz von Touchpoints

Die Titel im Überblick

Leser pro Ausgabe

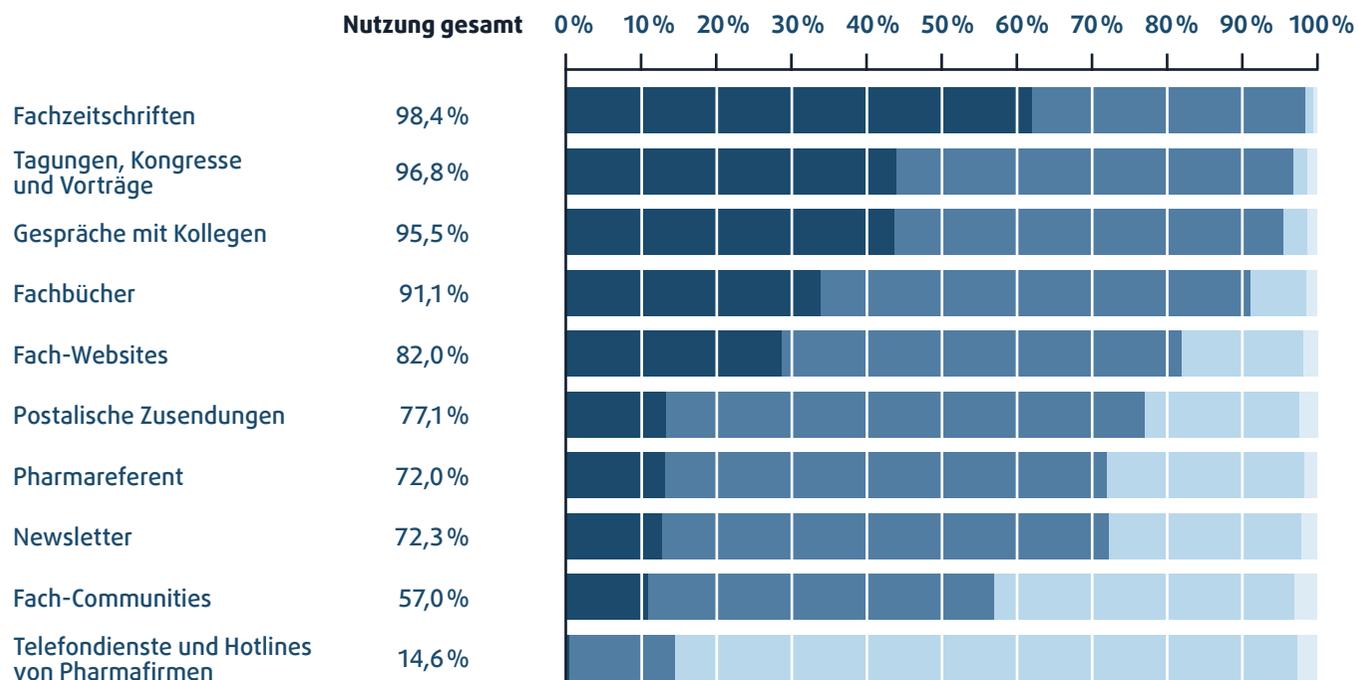
Leser-Blatt-Bindung

Profile der Zeitschriften
und Zeitungen

Ergebnisse: Genutzte Informationsquellen

Beruflich genutzte Informationsquellen der API 2023 (in Prozent)

■ nutze intensiv ■ nutze etwas ■ nutze nicht ■ keine Angabe



Beruflich genutzte Informationsquellen

Wenn es um die Beschaffung beruflicher Informationen geht – wie nutzen Sie diese beruflichen Informationsquellen?

Mit dieser grundlegenden Frage zur beruflichen Medienutzung beginnt das Interview der LA-MED API-Studie.

Grundgesamtheit: niedergelassene API 55.987 (BRD),
Stichprobe (erhoben): n=1.023

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 API-Studie 2023

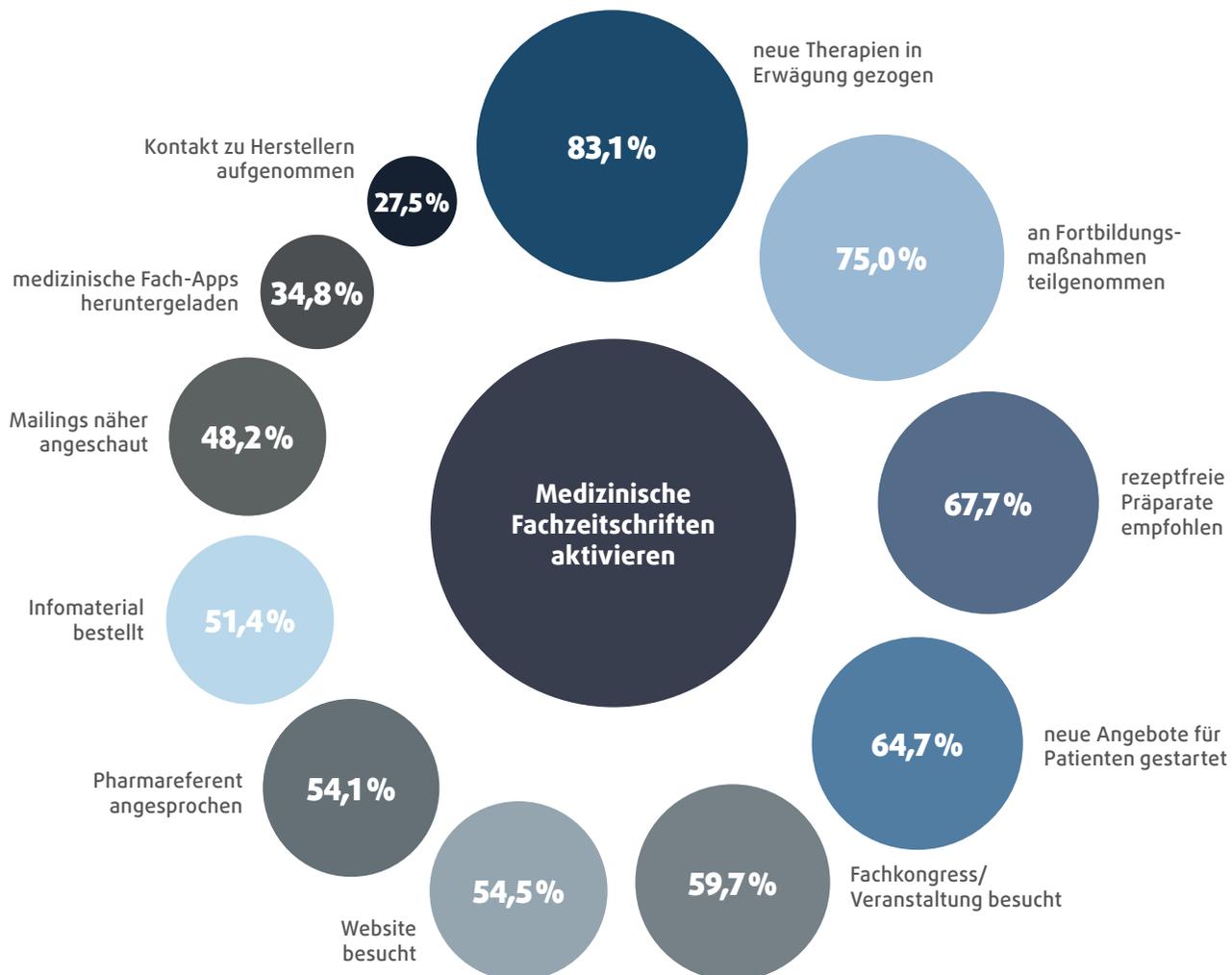
- belegt eindeutig: Medizinische Fachzeitschriften aktivieren nachweislich und konstant ihre Leser.
- unterstreicht das crossmediale Aktivierungspotenzial medizinischer Fachzeitschriften im Marketing-Mix.

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.

Ergebnisse: Aktivierungsleistung

Aktivierungsleistung von Fachzeitschriften



Der Aktivierungs-Check in der LA-MED API-Studie 2023

- belegt eindeutig: Medizinische Fachzeitschriften aktivieren nachweislich ihre Leser.
- bestätigt: Lektüre in Fachzeitschriften regt niedergelassene API 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: niedergelassene API 55.987 (BRD),
Stichprobe (erhoben): n=1.023

„Zu welchen Aktivitäten sind Sie durch die Lektüre von medizinischen Fachzeitschriften angeregt worden?“

LA-MED Touchpoint Relevanz-Check 2023

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 der persönliche kollegiale Austausch, das Lesen von Print-Fachmedien und die Recherche im Internet.

Kommunikation mit Ärzten – Kombination der Informations-Touchpoints

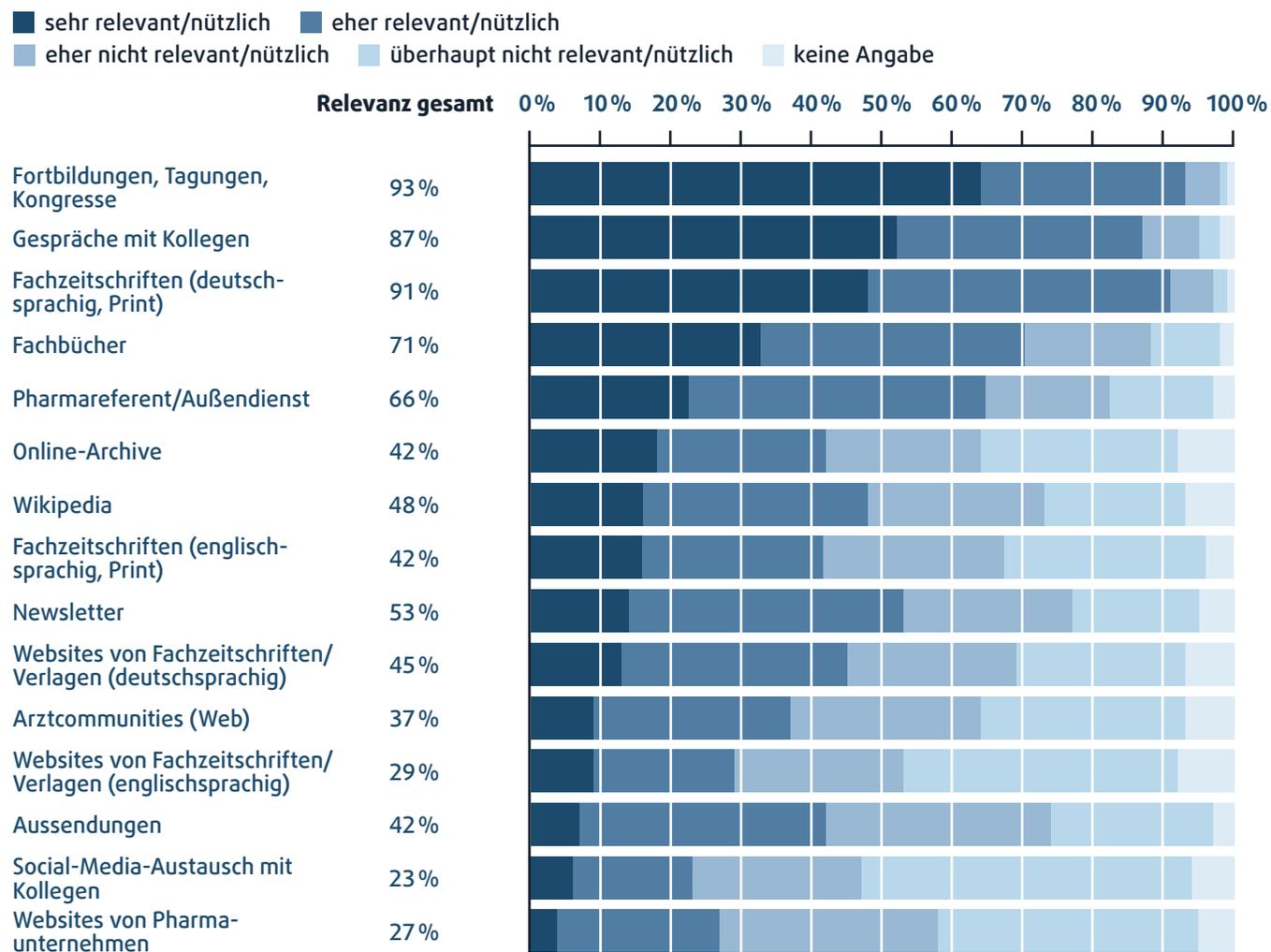
Um aus diesem Angebot an Kommunikationsmitteln gezielt die jeweils passenden Touchpoints zusammenstellen zu können, braucht es Know-how über ihr Zusammenspiel: Welche Informationsquellen spielen für den Arzt wann eine Rolle? Gibt es – je nach Alltagssituation – Unterschiede in der Relevanz?

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.

Ergebnisse: Relevanz von Touchpoints

Relevanz von Touchpoints bei neuen medikamentösen Therapieoptionen



LA-MED Touchpoint Relevanz-Check 2023

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

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

Grundgesamtheit: niedergelassene API 55.987 (BRD),
Stichprobe (erhoben): n=1.023

API-Studie 2023

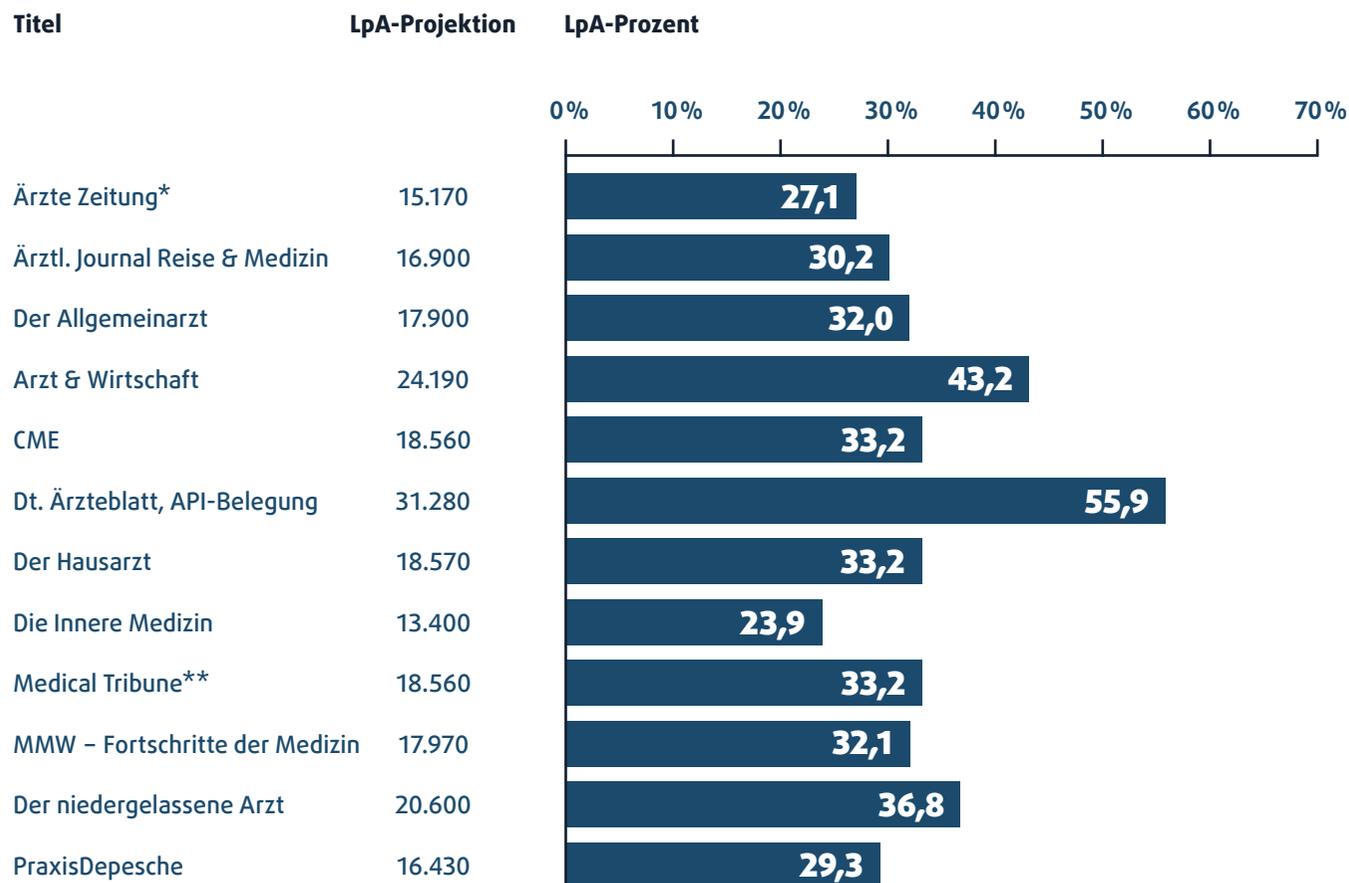
Die Titel im Überblick

Titel	Verlag	IVW-geprüft	Verbreitete Auflage*	Erscheinungsweise
Ärzte Zeitung	Springer Medizin Verlag	ja	49.895	wöchentlich
Ärztliches Journal Reise & Medizin	mgo fachverlage	ja	41.914	monatlich
Der Allgemeinarzt	Universimed Deutschland	ja	49.254	14-täglich
Arzt & Wirtschaft	MedTriX	ja	47.290	monatlich
CME	Springer Medizin Verlag	ja	52.482	10× jährlich
Deutsches Ärzteblatt, API-Belegung	Deutscher Ärzteverlag	ja	55.987	wöchentlich
Der Hausarzt	mm medizin + medien Verlag	ja	46.543	14-täglich
Die Innere Medizin	Springer Medizin Verlag	ja	10.439	monatlich
Medical Tribune	MedTriX	ja	47.757	14-täglich
MMW – Fortschritte der Medizin	Springer Medizin Verlag	ja	52.001	14-täglich
Der niedergelassene Arzt	WPV Wirtschafts- und Praxisverlag	ja	47.641	monatlich
PraxisDepesche	GfI. Gesellschaft für medizinische Information	ja	35.689	9× jährlich

* Durchschnittlich verbreitete Auflage an niedergelassene API (1.7.2022 – 30.6.2023).

Ergebnisse: Leser pro Ausgabe (LpA)

Zielgruppe: niedergelassene API



Leser pro Ausgabe

Der LpA bezeichnet die durchschnittliche Anzahl der Leser einer durchschnittlichen Ausgabe einer Zeitschrift oder Zeitung.

Lesebeispiel für die Tabelle: Eine LpA-Reichweite von 35% für einen Titel bedeutet, dass mit einer Ausgabe des Titels im Durchschnitt 35% aller API erreicht werden.

In die Berechnung des LpA fließen die Antworten der Ärzte aus zwei standardisierten Fragestellungen zum Lesen und zur Lesehäufigkeit ein. Beispiel: Abfrage eines 14-täglich erscheinenden Titels:

- „Wann haben Sie zuletzt in diesem Titel geblättert oder gelesen?“ (Lesezeitpunkt)
- „In den letzten sechs Monaten sind von diesem Titel 12 Ausgaben erschienen. In wie vielen von diesen 12 Ausgaben haben Sie innerhalb dieser sechs Monate Ihrer Schätzung nach gelesen oder geblättert?“ (Lesehäufigkeit)

Der LpA kann als Prozentwert oder als Absolutwert (Projektion) dargestellt werden – jeweils bezogen auf die Grundgesamtheit der 55.987 niedergelassenen API in der Bundesrepublik.

Grundgesamtheit: niedergelassene API 55.987 (BRD), Stichprobe (erhoben): n=1.023

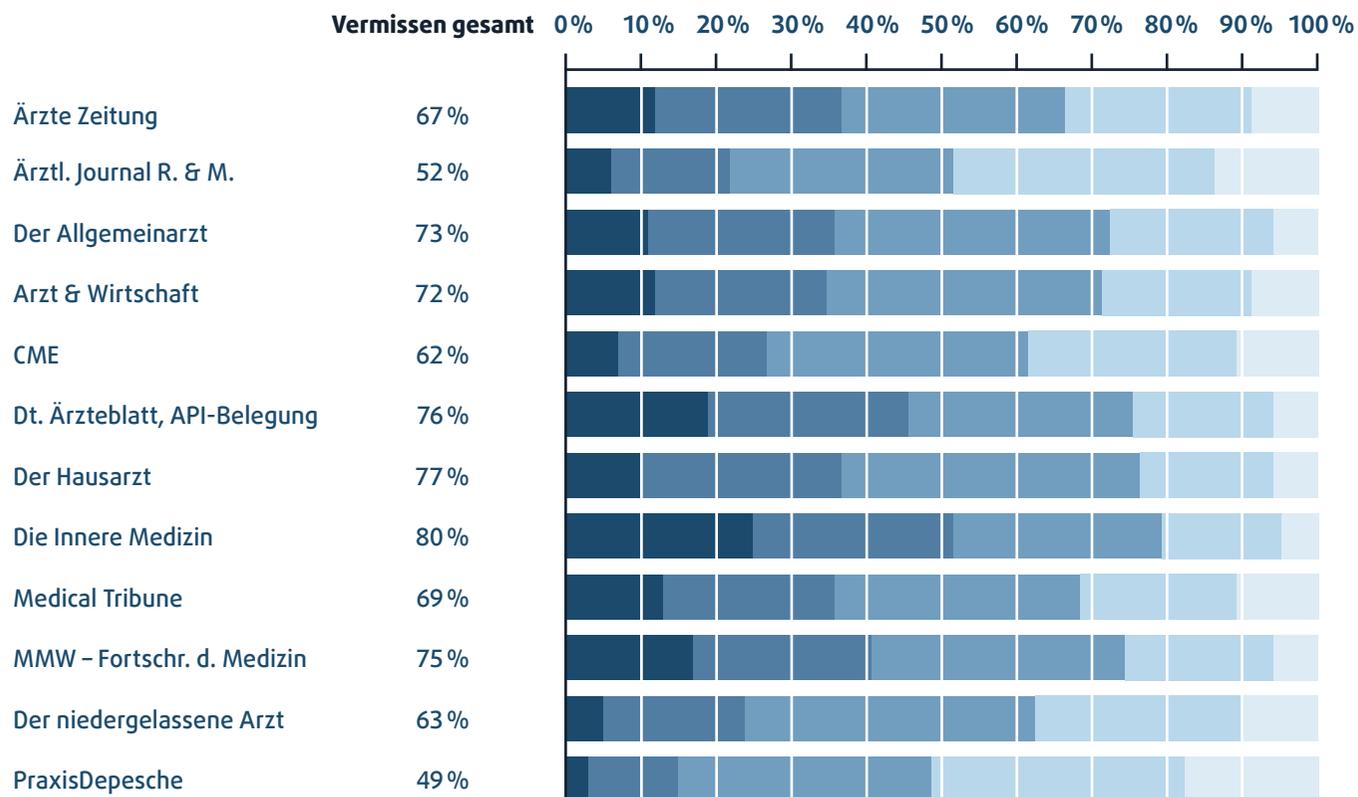
* Frequenzwechsel von 2x wöchentlicher auf wöchentliche Erscheinungsfrequenz im August 2022. Dies führt oft zu erhöhten, manchmal sogar überhöhten Reichweiten.

** Frequenzwechsel von wöchentlicher auf 14-tägliche Erscheinungsfrequenz im Juli 2022. Dies führt oft zu erhöhten, manchmal sogar überhöhten Reichweiten.

Ergebnisse: Leser-Blatt-Bindung

Zielgruppe: niedergelassene API

■ vermisse sehr stark ■ vermisse stark ■ vermisse ■ vermisse weniger ■ vermisse nicht



Leser-Blatt-Bindung – die „VermisSENSfrage“

Hier steht die Beziehung des Lesers zum jeweiligen Titel im Mittelpunkt der Bewertung. Anhand einer 5er-Skala gibt der Leser einer Zeitschrift/Zeitung an, ob und wie er diesen Titel vermissen würde, wenn dieser nicht mehr erscheinen würde.

Die Leser-Blatt-Bindung ist ein Maß für die Einstellung eines Nutzers zu „seiner“ Zeitschrift/Zeitung und dafür, wie stark die Leser sich mit ihrem Blatt verbunden fühlen. Eine hohe Leser-Blatt-Bindung gilt als besonderes Güte- bzw. Qualitätsmerkmal für das jeweilige Medium.

Lesebeispiel für die Tabelle: Ein Wert von 20% bei der Leser-Blatt-Bindung in der Kategorie „sehr stark vermissen“ bedeutet, dass 20% der API im weitesten Leserkreis (WLK) dieses Titels ihn sehr stark vermissen würden, wenn sie ihn nicht mehr bekommen würden. Sie haben also eine sehr hohe Bindung an den Titel.

Grundgesamtheit: niedergelassene API 55.987 (BRD),
Stichprobe (erhoben): n=1.023
Basis: Weitester Leserkreis (WLK) des jeweiligen Titels, d. h. Leserschaft innerhalb der letzten 12 Erscheinungsintervalle (jeweils erhobene Fälle).

Profile der Zeitschriften und Zeitungen

Einschätzung der Titel durch die Leser anhand von qualitativen Eigenschaften

Alle Fachtitel der LA-MED API-Studie 2023 wenden sich an niedergelassene API. Aber jeder hat seine Besonderheiten.

Es gibt Zeitungs- und Zeitschriftenformate, unterschiedliche Erscheinungsweisen, Kammer- und Verbandsorgane sowie Themenschwerpunkte, die von medizinisch-wissenschaftlicher über betriebswirtschaftliche bis hin zu feuilletonistischer Ausrichtung reichen.

Die LA-MED bittet daher im Rahmen der API-Studie die befragten Ärzte auch um eine Charakterisierung der einzelnen Titel.

Die befragten Leser einer Zeitschrift/Zeitung geben mithilfe dieser Liste an, welche dieser Eigenschaften ihrer Meinung nach auf die jeweilige Zeitschrift/Zeitung zutreffen. Jeder Titel kann durch mehrere Eigenschaften beschrieben werden. So ergibt sich für jeden Titel ein charakteristisches Profil in der Einschätzung durch seine Leser.

Die folgenden Stichworte wurden dabei in der API-Studie 2023 vorgegeben:

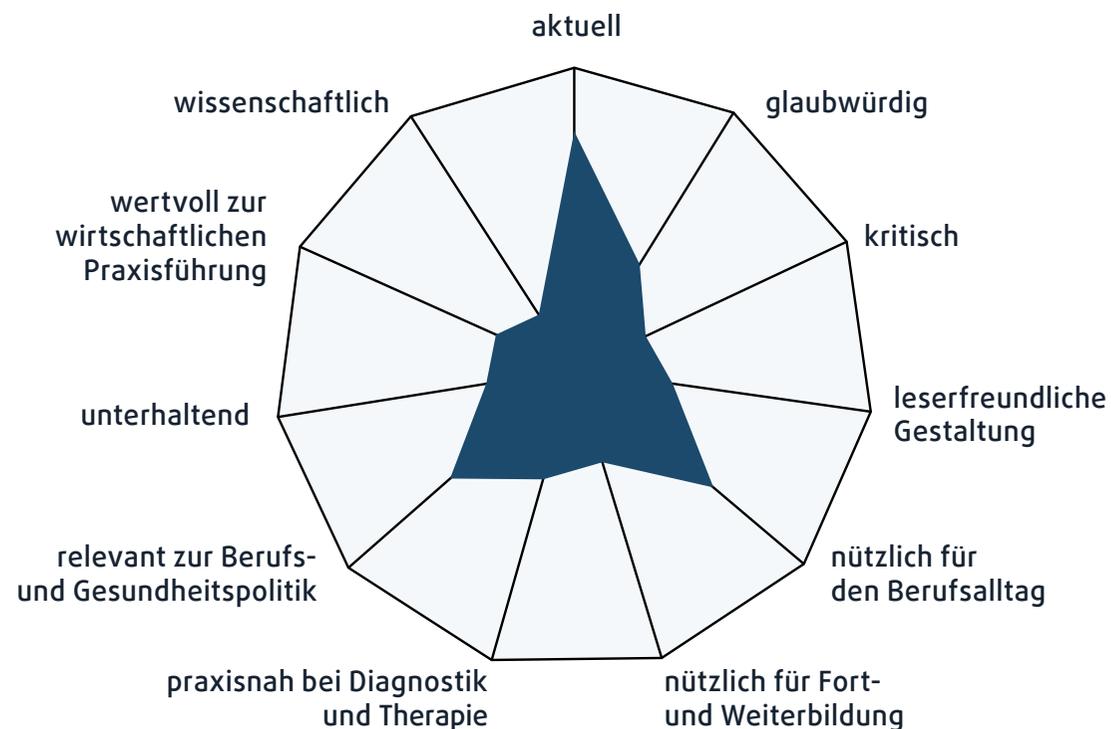
- aktuell
- glaubwürdig
- kritisch
- leserfreundliche Gestaltung
- nützlich für den Berufsalltag
- nützlich für Fort- und Weiterbildung
- praxisnah bei Diagnostik und Therapie
- relevant zur Berufs- und Gesundheitspolitik
- unterhaltend
- wertvoll zur wirtschaftlichen Praxisführung
- wissenschaftlich

Ergebnisse: Profile der Zeitschriften und Zeitungen

Ärzte Zeitung – Weitester Leserkreis: 59,8% – Projektion: 33.487 API

Anhand der 11 vorgegebenen Aussagen haben die Leser von **Ärzte Zeitung** den Titel folgendermaßen eingeschätzt:

aktuell	69%
glaubwürdig	36%
kritisch	23%
leserfreundliche Gestaltung	29%
nützlich für den Berufsalltag	53%
nützlich für Fort- und Weiterbildung	28%
praxisnah bei Diagnostik und Therapie	33%
relevant zur Berufs- und Gesundheitspolitik	48%
unterhaltend	26%
wertvoll zur wirtschaftlichen Praxisführung	25%
wissenschaftlich	19%

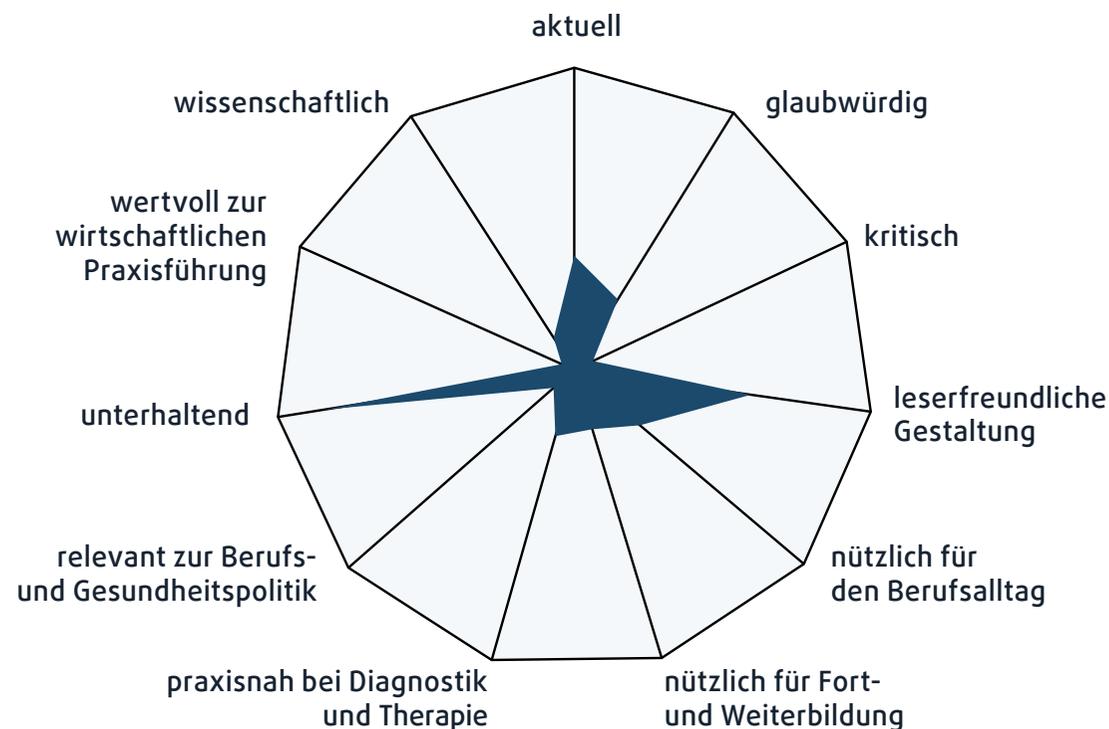


Ergebnisse: Profile der Zeitschriften und Zeitungen

Ärztliches Journal Reise & Medizin – Weitester Leserkreis: 55,1% – Projektion: 30.826 API

Anhand der 11 vorgegebenen Aussagen haben die Leser von **Ärztliches Journal Reise & Medizin** den Titel folgendermaßen eingeschätzt:

aktuell	33%
glaubwürdig	24%
kritisch	6%
leserfreundliche Gestaltung	52%
nützlich für den Berufsalltag	25%
nützlich für Fort- und Weiterbildung	18%
praxisnah bei Diagnostik und Therapie	20%
relevant zur Berufs- und Gesundheitspolitik	8%
unterhaltend	74%
wertvoll zur wirtschaftlichen Praxisführung	4%
wissenschaftlich	11%

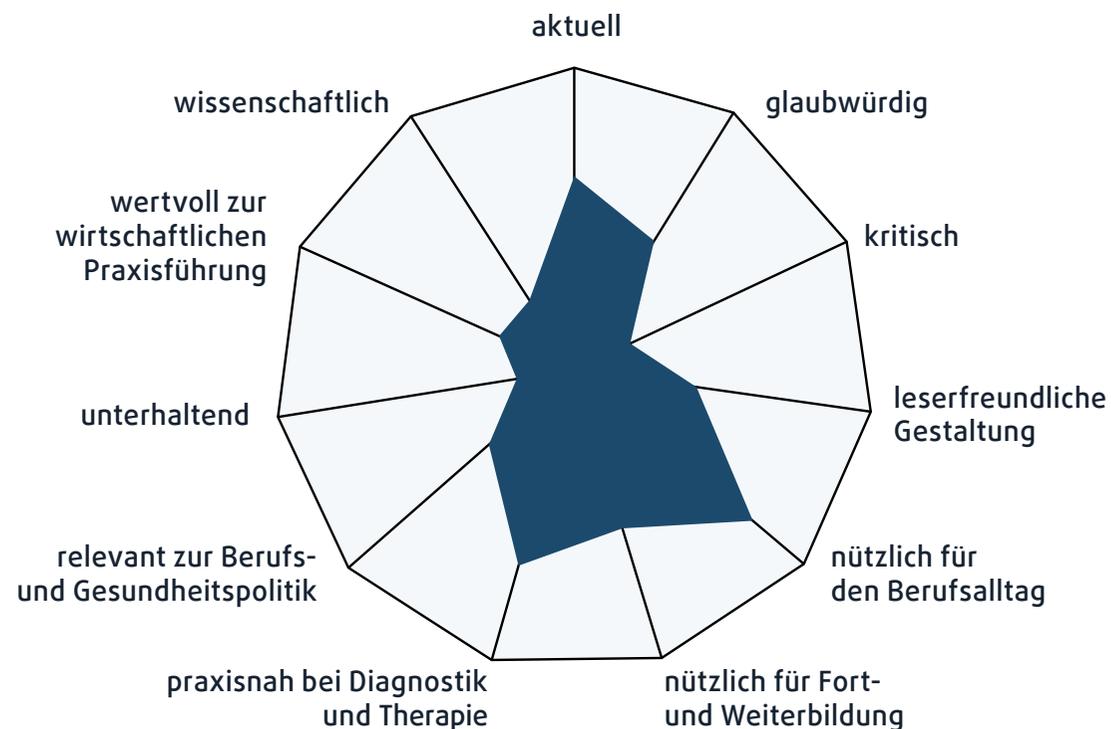


Ergebnisse: Profile der Zeitschriften und Zeitungen

Der Allgemeinarzt – Weitester Leserkreis: 67,0% – Projektion: 37.493 API

Anhand der 11 vorgegebenen Aussagen haben die Leser von **Der Allgemeinarzt** den Titel folgendermaßen eingeschätzt:

aktuell	56%
glaubwürdig	44%
kritisch	18%
leserfreundliche Gestaltung	36%
nützlich für den Berufsalltag	68%
nützlich für Fort- und Weiterbildung	48%
praxisnah bei Diagnostik und Therapie	59%
relevant zur Berufs- und Gesundheitspolitik	33%
unterhaltend	17%
wertvoll zur wirtschaftlichen Praxisführung	24%
wissenschaftlich	24%

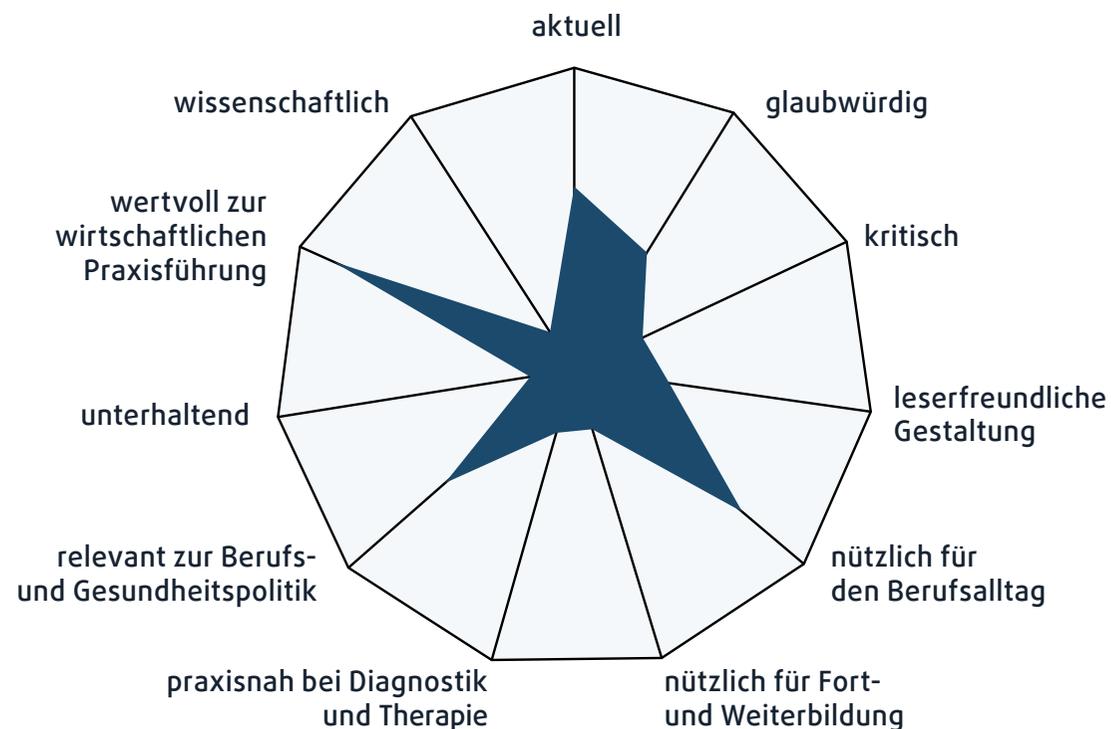


Ergebnisse: Profile der Zeitschriften und Zeitungen

Arzt & Wirtschaft – Weitester Leserkreis: 68,4% – Projektion: 38.288 API

Anhand der 11 vorgegebenen Aussagen haben die Leser von **Arzt & Wirtschaft** den Titel folgendermaßen eingeschätzt:

aktuell	53%
glaubwürdig	40%
kritisch	22%
leserfreundliche Gestaltung	28%
nützlich für den Berufsalltag	64%
nützlich für Fort- und Weiterbildung	18%
praxisnah bei Diagnostik und Therapie	19%
relevant zur Berufs- und Gesundheitspolitik	50%
unterhaltend	13%
wertvoll zur wirtschaftlichen Praxisführung	77%
wissenschaftlich	13%

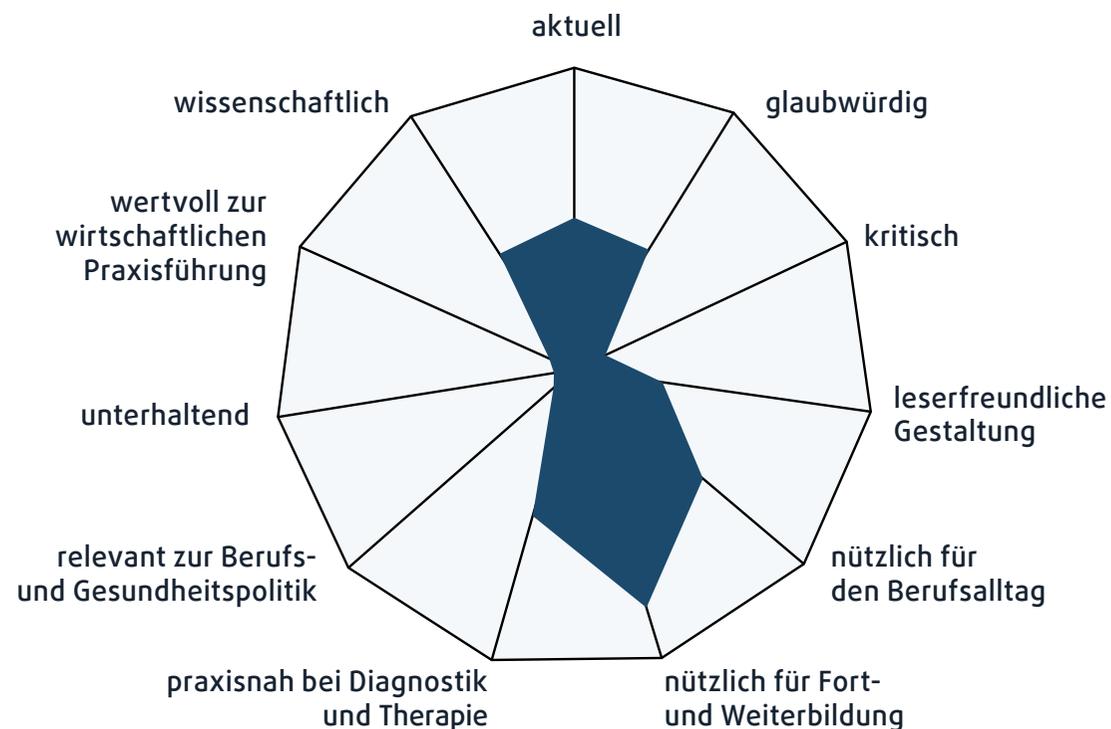


Ergebnisse: Profile der Zeitschriften und Zeitungen

CME – Weitester Leserkreis: 61,1% – Projektion: 34.207 API

Anhand der 11 vorgegebenen Aussagen haben die Leser von **CME** den Titel folgendermaßen eingeschätzt:

aktuell	44%
glaubwürdig	41%
kritisch	10%
leserfreundliche Gestaltung	26%
nützlich für den Berufsalltag	49%
nützlich für Fort- und Weiterbildung	72%
praxisnah bei Diagnostik und Therapie	44%
relevant zur Berufs- und Gesundheitspolitik	8%
unterhaltend	6%
wertvoll zur wirtschaftlichen Praxisführung	8%
wissenschaftlich	40%

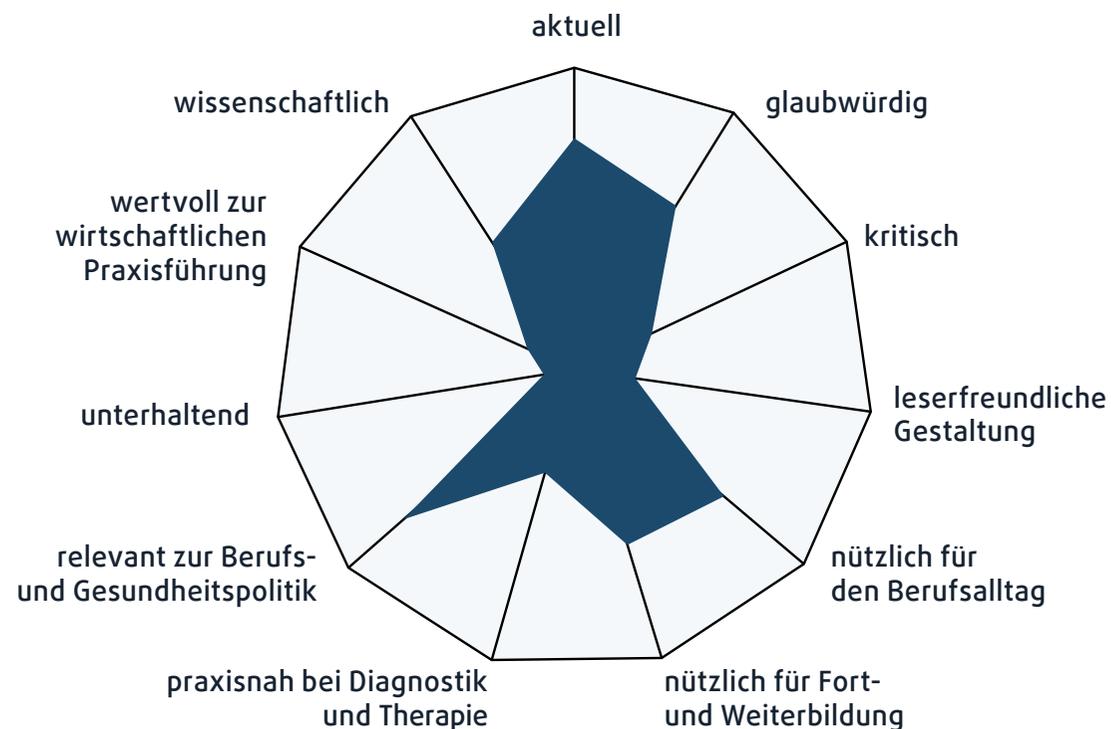


Ergebnisse: Profile der Zeitschriften und Zeitungen

Deutsches Ärzteblatt – Weitester Leserkreis: 90,3% – Projektion: 50.564 API

Anhand der 11 vorgegebenen Aussagen haben die Leser von **Deutsches Ärzteblatt, API-Belegung** den Titel folgendermaßen eingeschätzt:

aktuell	67%
glaubwürdig	56%
kritisch	25%
leserfreundliche Gestaltung	18%
nützlich für den Berufsalltag	57%
nützlich für Fort- und Weiterbildung	53%
praxisnah bei Diagnostik und Therapie	31%
relevant zur Berufs- und Gesundheitspolitik	66%
unterhaltend	9%
wertvoll zur wirtschaftlichen Praxisführung	15%
wissenschaftlich	44%

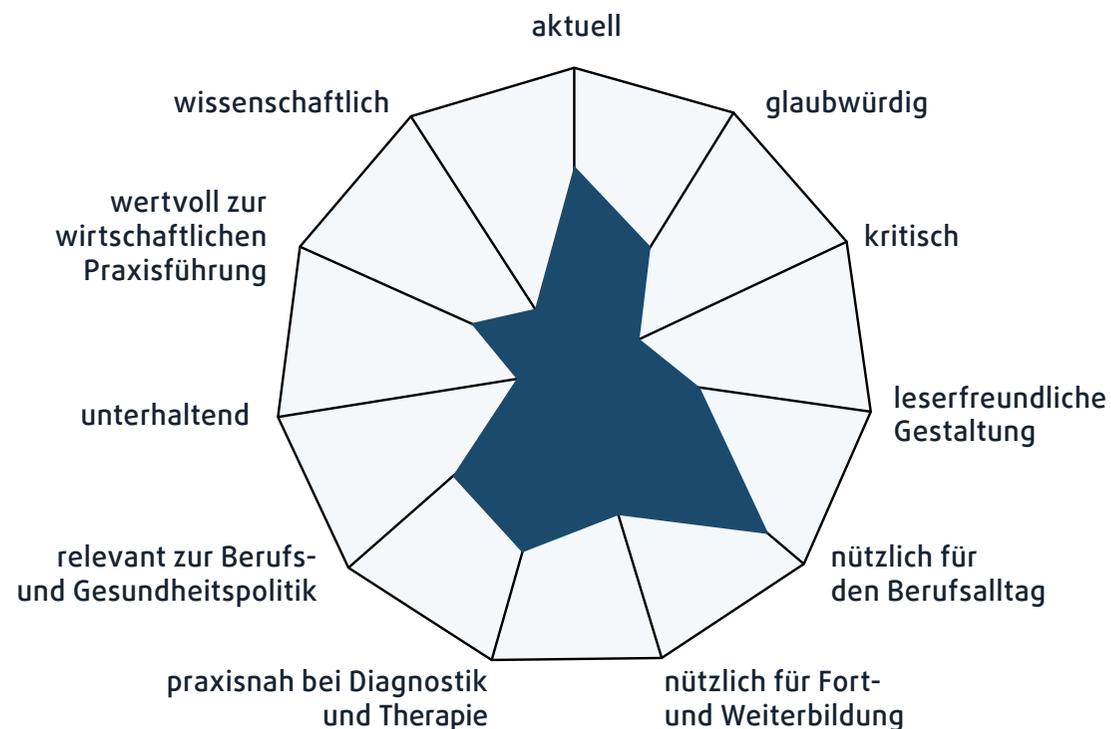


Ergebnisse: Profile der Zeitschriften und Zeitungen

Der Hausarzt – Weitester Leserkreis: 65,2% – Projektion: 36.479 API

Anhand der 11 vorgegebenen Aussagen haben die Leser von **Der Hausarzt** den Titel folgendermaßen eingeschätzt:

aktuell	59%
glaubwürdig	42%
kritisch	21%
leserfreundliche Gestaltung	37%
nützlich für den Berufsalltag	74%
nützlich für Fort- und Weiterbildung	44%
praxisnah bei Diagnostik und Therapie	55%
relevant zur Berufs- und Gesundheitspolitik	47%
unterhaltend	17%
wertvoll zur wirtschaftlichen Praxisführung	33%
wissenschaftlich	21%

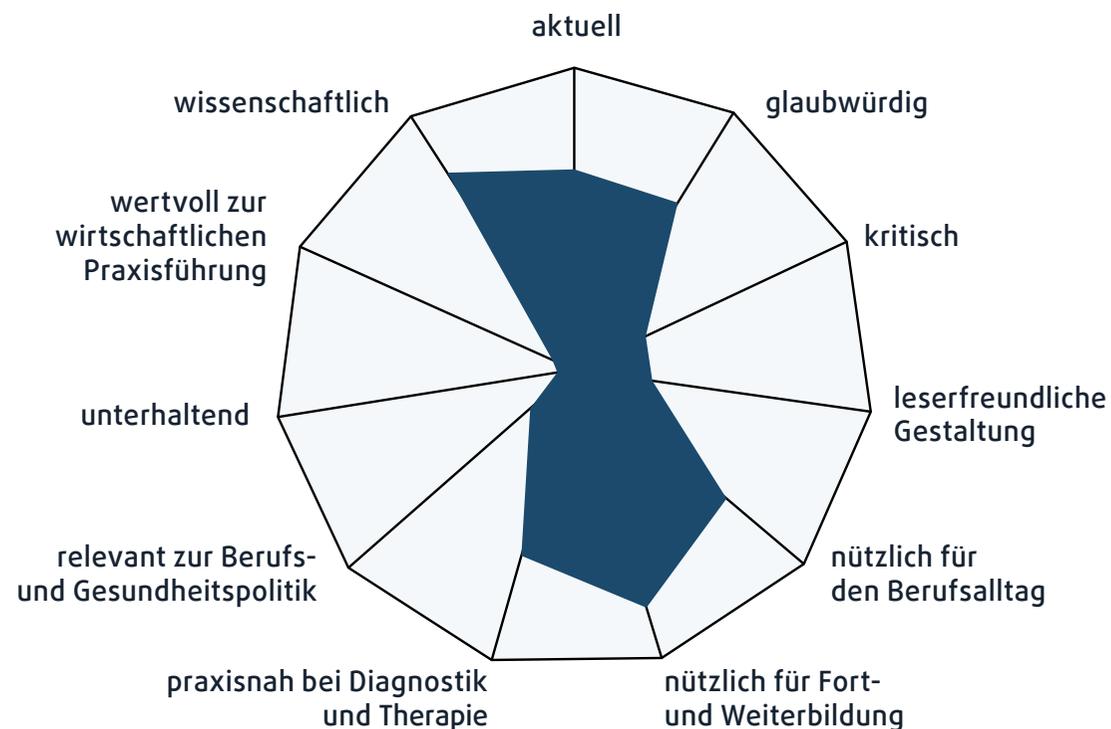


Ergebnisse: Profile der Zeitschriften und Zeitungen

Die Innere Medizin – Weitester Leserkreis: 36,3% – Projektion: 20.311 API

Anhand der 11 vorgegebenen Aussagen haben die Leser von **Die Innere Medizin** den Titel folgendermaßen eingeschätzt:

aktuell	58%
glaubwürdig	57%
kritisch	23%
leserfreundliche Gestaltung	23%
nützlich für den Berufsalltag	58%
nützlich für Fort- und Weiterbildung	72%
praxisnah bei Diagnostik und Therapie	56%
relevant zur Berufs- und Gesundheitspolitik	17%
unterhaltend	5%
wertvoll zur wirtschaftlichen Praxisführung	7%
wissenschaftlich	68%

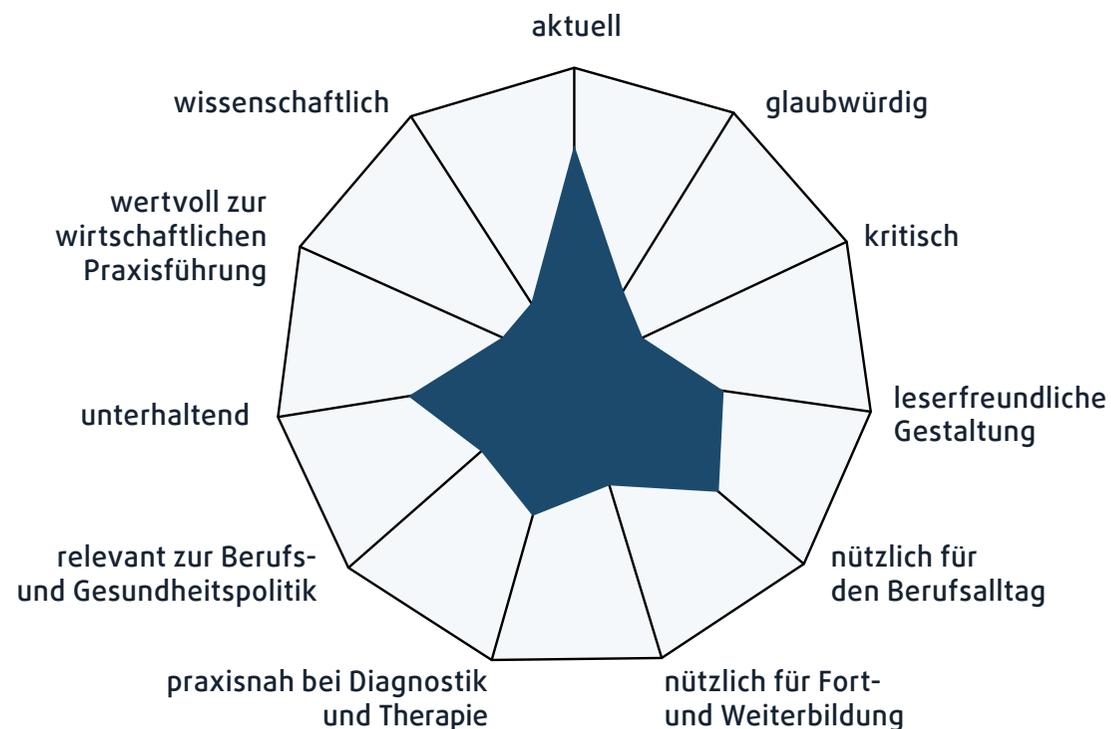


Ergebnisse: Profile der Zeitschriften und Zeitungen

Medical Tribune – Weitester Leserkreis: 60,4% – Projektion: 33.815 API

Anhand der 11 vorgegebenen Aussagen haben die Leser von **Medical Tribune** den Titel folgendermaßen eingeschätzt:

aktuell	65%
glaubwürdig	27%
kritisch	22%
leserfreundliche Gestaltung	44%
nützlich für den Berufsalltag	55%
nützlich für Fort- und Weiterbildung	35%
praxisnah bei Diagnostik und Therapie	44%
relevant zur Berufs- und Gesundheitspolitik	36%
unterhaltend	49%
wertvoll zur wirtschaftlichen Praxisführung	23%
wissenschaftlich	23%

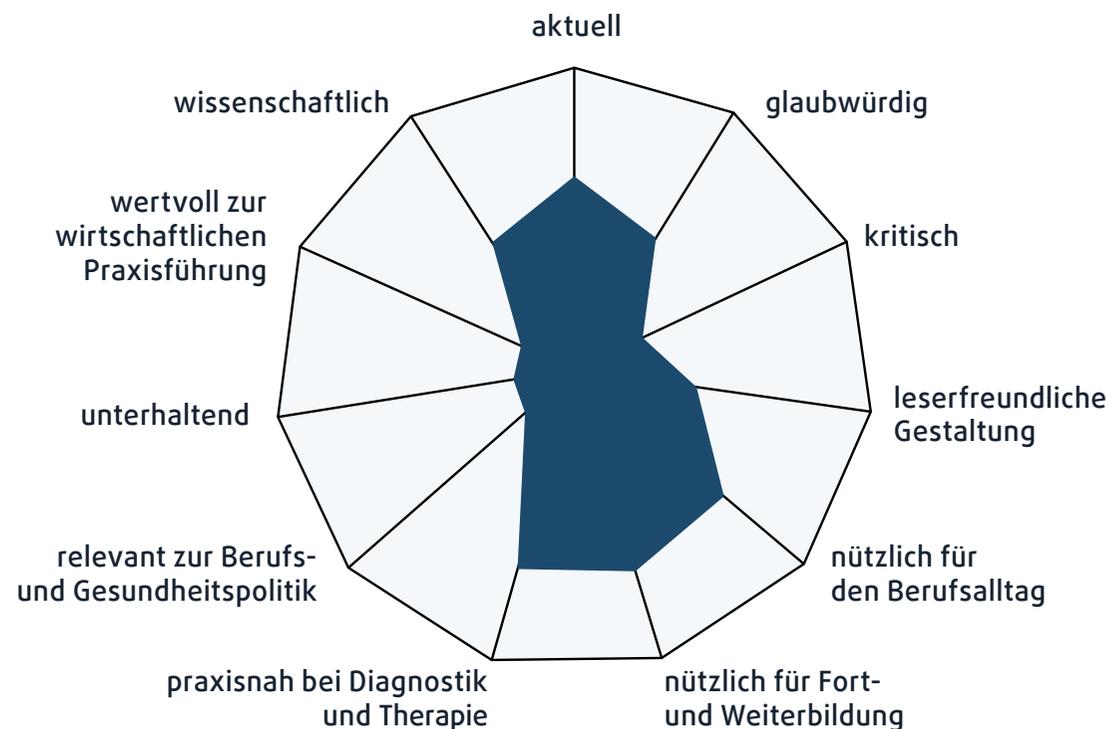


Ergebnisse: Profile der Zeitschriften und Zeitungen

MMW – Fortschritte der Medizin – Weitester Leserkreis: 63,6% – Projektion: 35.619 API

Anhand der 11 vorgegebenen Aussagen haben die Leser von **MMW – Fortschritte der Medizin** den Titel folgendermaßen eingeschätzt:

aktuell	56%
glaubwürdig	45%
kritisch	22%
leserfreundliche Gestaltung	36%
nützlich für den Berufsalltag	57%
nützlich für Fort- und Weiterbildung	61%
praxisnah bei Diagnostik und Therapie	60%
relevant zur Berufs- und Gesundheitspolitik	19%
unterhaltend	18%
wertvoll zur wirtschaftlichen Praxisführung	17%
wissenschaftlich	44%

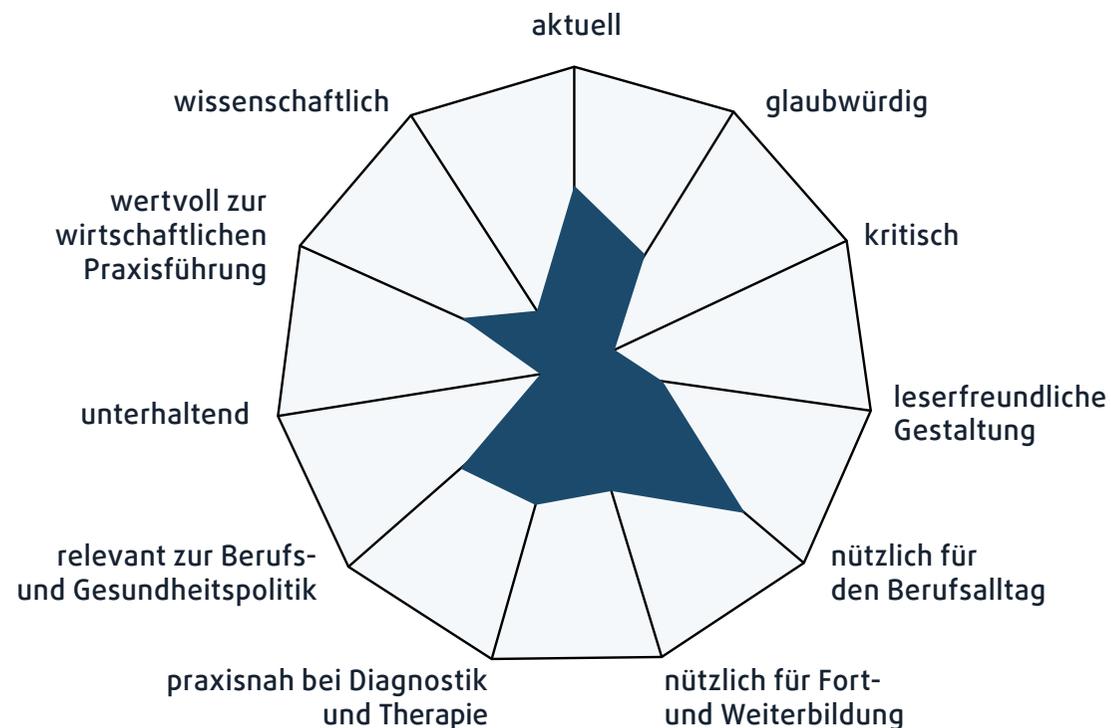


Ergebnisse: Profile der Zeitschriften und Zeitungen

Der niedergelassene Arzt – Weitester Leserkreis: 63,0% – Projektion: 35.288 API

Anhand der 11 vorgegebenen Aussagen haben die Leser von **Der niedergelassene Arzt** den Titel folgendermaßen eingeschätzt:

aktuell	53%
glaubwürdig	39%
kritisch	13%
leserfreundliche Gestaltung	26%
nützlich für den Berufsalltag	65%
nützlich für Fort- und Weiterbildung	37%
praxisnah bei Diagnostik und Therapie	41%
relevant zur Berufs- und Gesundheitspolitik	44%
unterhaltend	10%
wertvoll zur wirtschaftlichen Praxisführung	36%
wissenschaftlich	20%

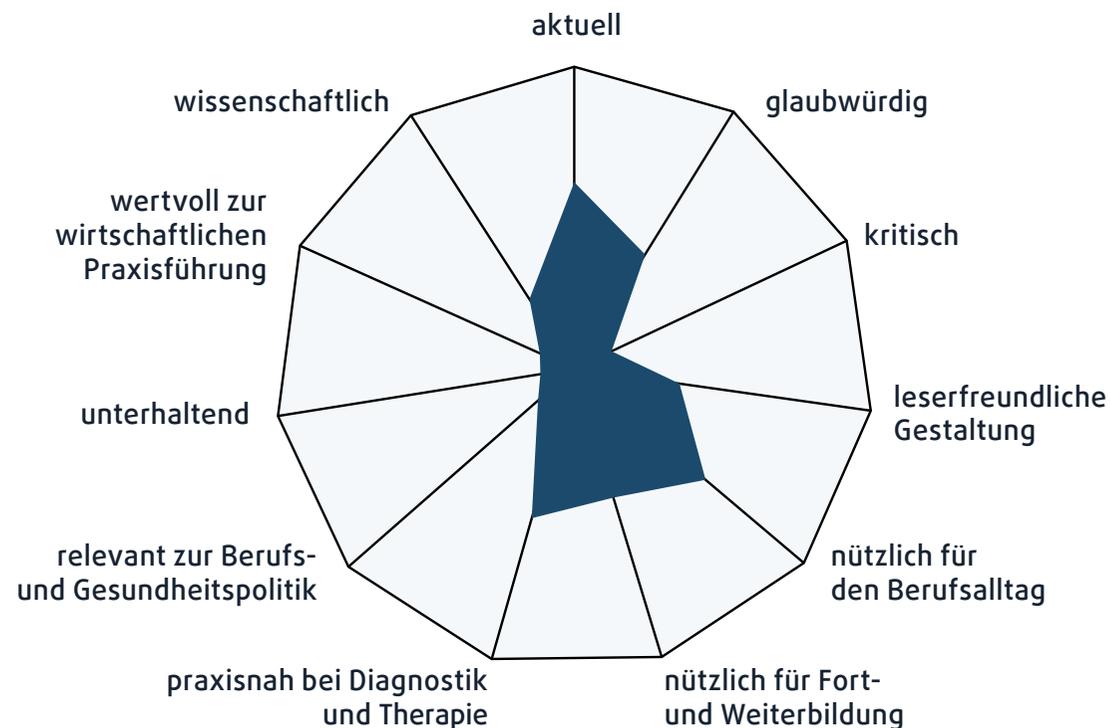


Ergebnisse: Profile der Zeitschriften und Zeitungen

PraxisDepesche – Weitester Leserkreis: 55,3% – Projektion: 30.967 API

Anhand der 11 vorgegebenen Aussagen haben die Leser von **PraxisDepesche** den Titel folgendermaßen eingeschätzt:

aktuell	54%
glaubwürdig	39%
kritisch	12%
leserfreundliche Gestaltung	31%
nützlich für den Berufsalltag	50%
nützlich für Fort- und Weiterbildung	39%
praxisnah bei Diagnostik und Therapie	45%
relevant zur Berufs- und Gesundheitspolitik	14%
unterhaltend	10%
wertvoll zur wirtschaftlichen Praxisführung	11%
wissenschaftlich	24%



Die Mitglieder der Arbeitsgemeinschaft LA-MED

Agenturen

- 21up
- antwerpes
- 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
- Mediplus Gruppe für innovative Media
- medical relations
- Medizin & Markt
- MW Office Ges. für Marketing und Werbung
- Omnicom Media Group
- pilot Hamburg
- PINK CARROTS Communications
- SK2 Solutions
- Starcom
- TERRITORY Content to results
- Universal McCann
- Wächter & Wächter Worldwide Partners
- Wavemaker
- WEFRA LIFE
- Zenithmedia

Industrie

- AdVision digital
- Bayer Health Care
- Berlin-Chemie
- BPI Bundesverband der Pharmazeutischen Industrie
- direkt + online
- Dr. Willmar Schwabe
- FaktenSchmied
- Grünenthal
- Lilly Deutschland
- Merck Serono
- MSD Sharp & Dohme
- Omnicare Pharma
- PLANiMED Gesellschaft für Strukturdaten und Kommunikation
- Sanofi-Aventis Deutschland
- Servier Deutschland

Verlage

- 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
- Medscape
- MedTriX
- mgo fachverlage
- MiM Verlagsgesellschaft
- mm medizin + medien Verlag
- OmniMed Verlagsgesellschaft
- pro anima medizin medien
- Rote Liste Service Ges.
- Springer Medizin Verlag
- S. Karger Verlag für Medizin und Naturwissenschaften
- Trillium Medizinischer Fachverlag
- Umschau Zeitschriftenverlag
- Universimed Deutschland
- Verlag Kirchheim
- Wiley-VCH Verlag
- 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)