



API-Studie 2021

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 18. August 2021 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 2021



Arbeitsgemeinschaft LA-MED
Kommunikationsforschung im Gesundheitswesen e.V.

Generalsekretariat

Vera Richter
Holmblick 10
24857 Fahrdrorf
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 Erstellung dieser Broschüre wurde unterstützt von:

ärztliches
Journal
reise & medizin

Der Allgemeinarzt
Journal für Fortbildung • Praxis

ARZT &
WIRTSCHAFT

doctors | today
Praxisimpulse für Hausärzte

DER **Hausarzt**

**MEDICAL
TRIBUNE**

der niedergelassene
arzt

PraxisDepesche

 **Deutscher
Ärzteverlag**

 **Springer Medizin**

UNIVERSIMED
DEUTSCHLAND

dp**med** —
Wir kommunizieren
Medizin.

med**publico**

mediaplan 
strategische mediaplanung


**medical
relations**


MWO

pilot


WEFRA LIFE

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 Medienanalyse (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 gut 56.300 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

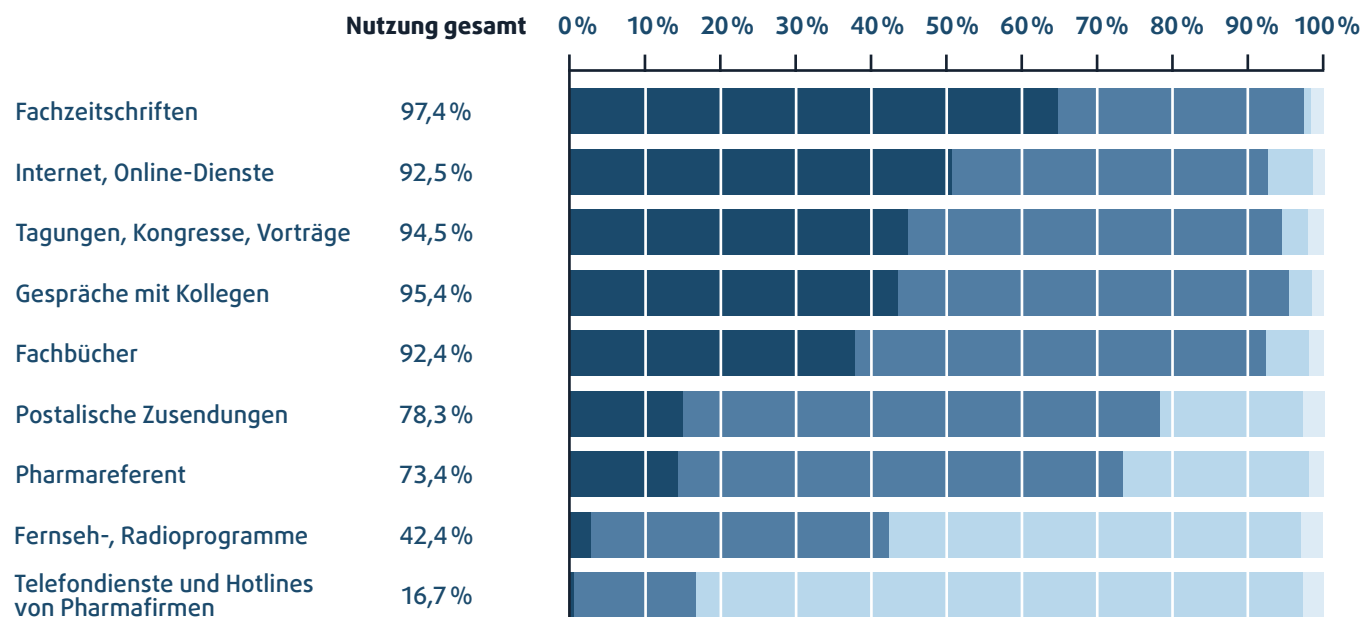
Leser-Blatt-Bindung

Profile der Zeitschriften
und Zeitungen

Ergebnisse: Genutzte Informationsquellen

Beruflich genutzte Informationsquellen der API 2021 (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 Medien-nutzung beginnt das Interview der LA-MED API-Studie.

Grundgesamtheit: niedergelassene API 56.335 (BRD),
Stichprobe (erhoben): n=1.002

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 Publikumspressen übertragbar sind auf medizinische Fachzeitschriften und Ärzte.

Der Aktivierungs-Check in der LA-MED API-Studie 2021

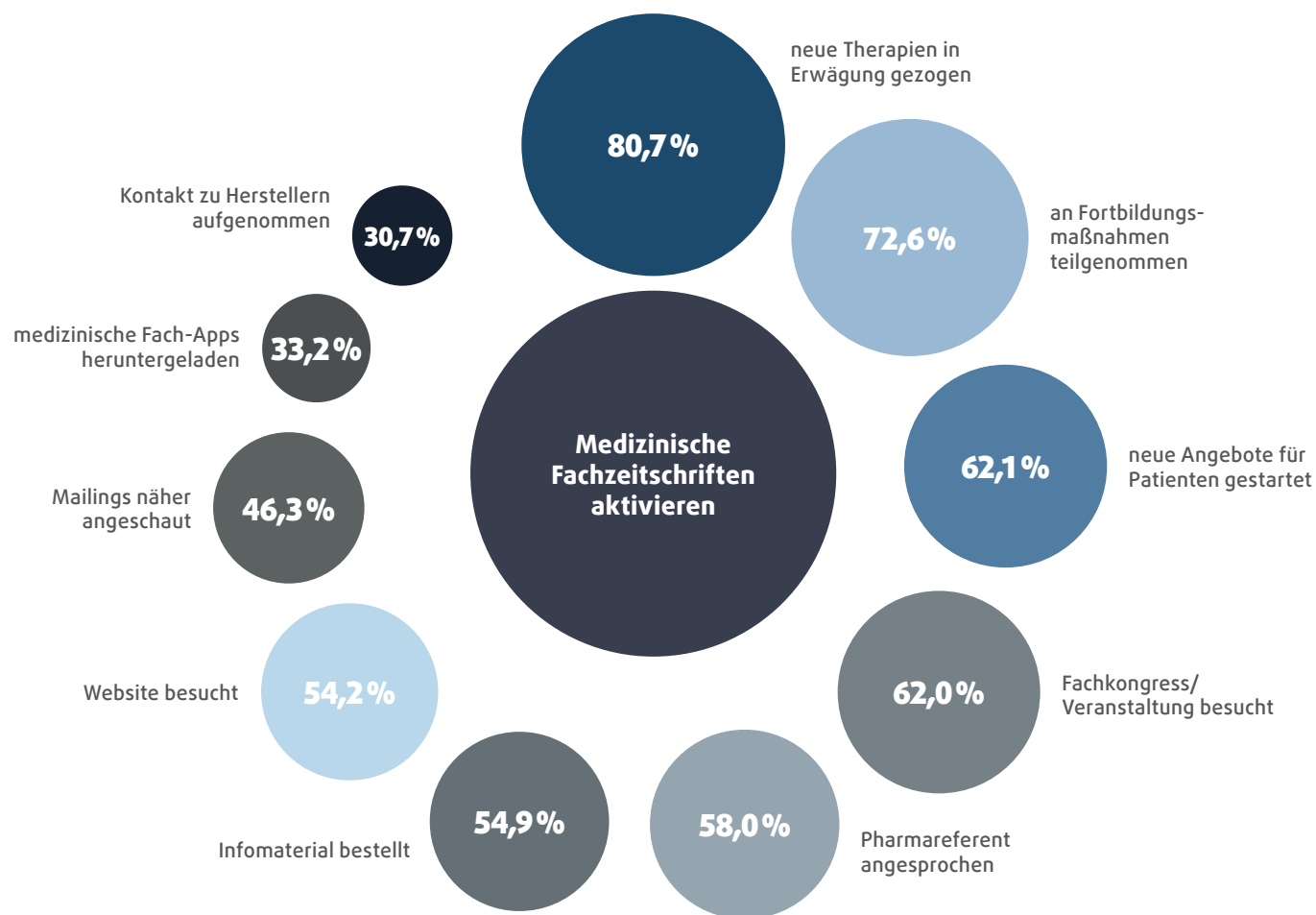
- belegt eindeutig: Medizinische Fachzeitschriften aktivieren nachweislich und konstant ihre Leser.
- unterstreicht das crossmediale Aktivierungspotenzial medizinischer Fachzeitschriften im Marketing-Mix.

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 2021

- 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 56.335 (BRD),
Stichprobe (erhoben): n=1.002
„Zu welchen Aktivitäten sind Sie durch die Lektüre von medizinischen Fachzeitschriften angeregt worden?“

LA-MED Touchpoint Relevanz-Check 2021

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

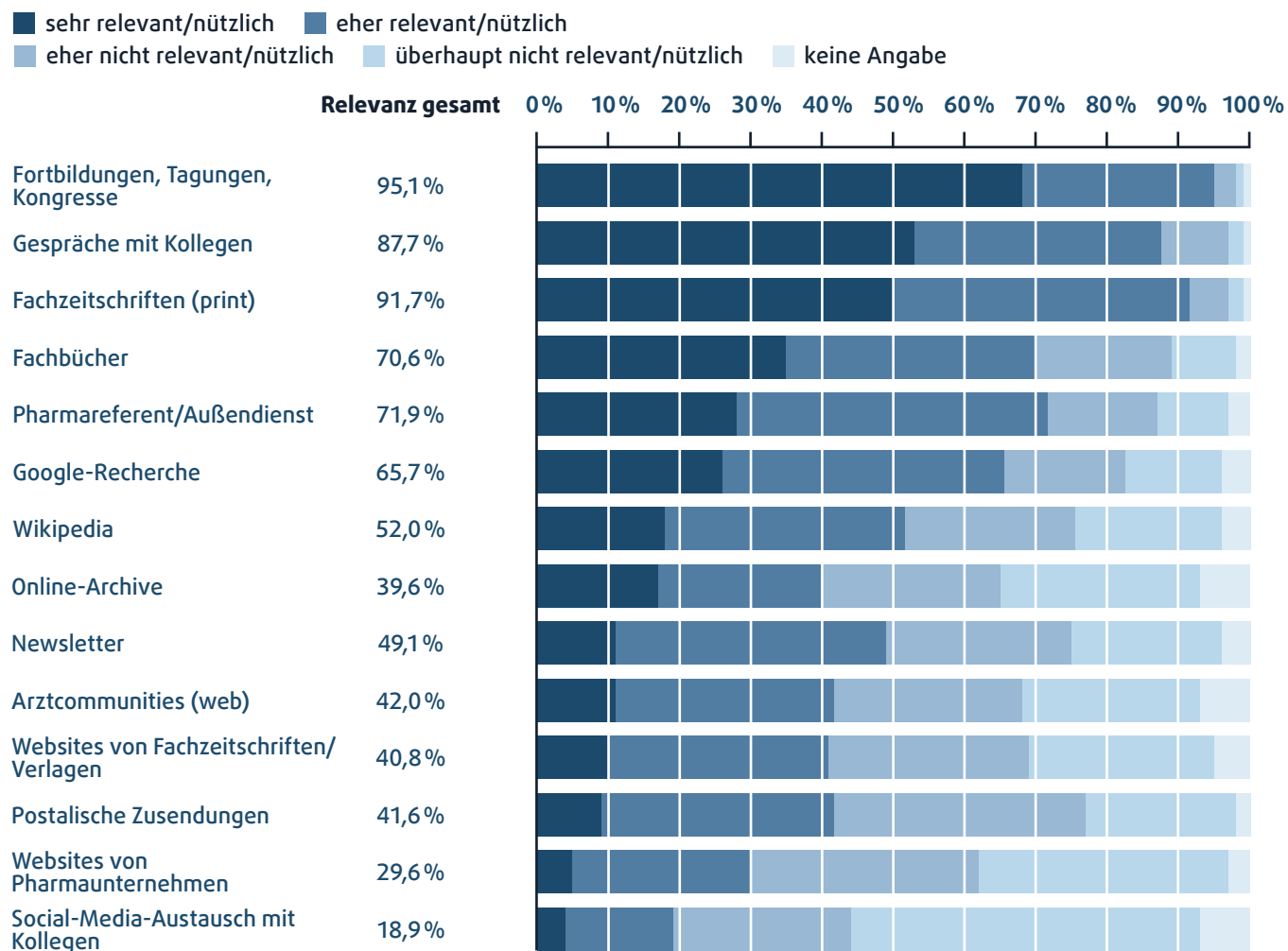
Um aus diesem Angebot an Kommunikationsmitteln gezielt die jeweils passenden Touchpoints zusammenstellen zu können, braucht es Know-how über ihr Zusammenspiel: Welche Informationsquellen spielen für den Arzt wann eine Rolle? Gibt es – je nach Alltagssituation – Unterschiede in der Relevanz?

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 2021

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 56.335 (BRD),
Stichprobe (erhoben): n=1.002

API-Studie 2021

Die Titel im Überblick

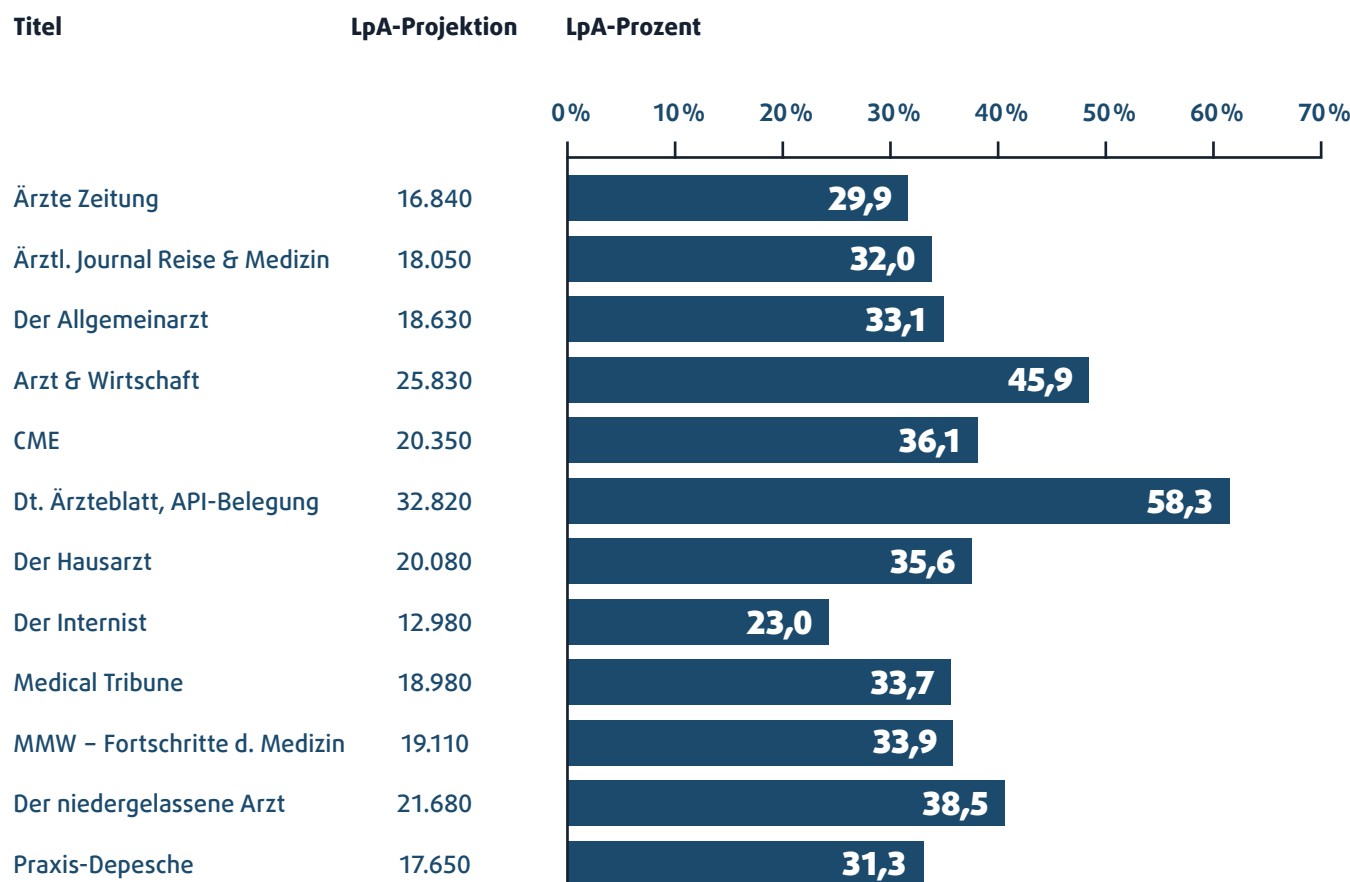
Titel	Verlag	IVW-geprüft	Verbreitete Auflage*	Erscheinungsweise
Ärzte Zeitung	Springer Medizin Verlag	ja	48.311	2× wöchentlich
Ärztliches Journal Reise & Medizin	Otto Hoffmanns Verlag	ja	43.592	monatlich
Der Allgemeinarzt	UNIVERSIMED Deutschland	ja	51.399**	14-täglich
Arzt & Wirtschaft	Medical Tribune Verlagsgesellschaft	ja	50.836	monatlich
CME	Springer Medizin Verlag	ja	51.816	10× jährlich
Deutsches Ärzteblatt, API-Belegung	Deutscher Ärzteverlag	ja	56.335	wöchentlich
Der Hausarzt	mm medizin + medien Verlag	ja	45.044	14-täglich
Der Internist	Springer Medizin Verlag	ja	11.279	monatlich
Medical Tribune	Medical Tribune Verlagsgesellschaft	ja	50.872	wöchentlich
MMW – Fortschritte der Medizin	Springer Medizin Verlag	ja	52.231	14-täglich
Der niedergelassene Arzt	WPV Wirtschafts- und Praxisverlag	ja	50.049	monatlich
Praxis-Depesche	GfI. Gesellschaft für medizinische Information	ja	44.203	9× jährlich

* Durchschnittlich verbreitete Auflage an niedergelassene API (1.7.2020 – 30.6.2021).

** Durchschnittlich verbreitete Auflage an niedergelassene API (1.1.2021 – 30.6.2021).

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 Wochentitels:

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

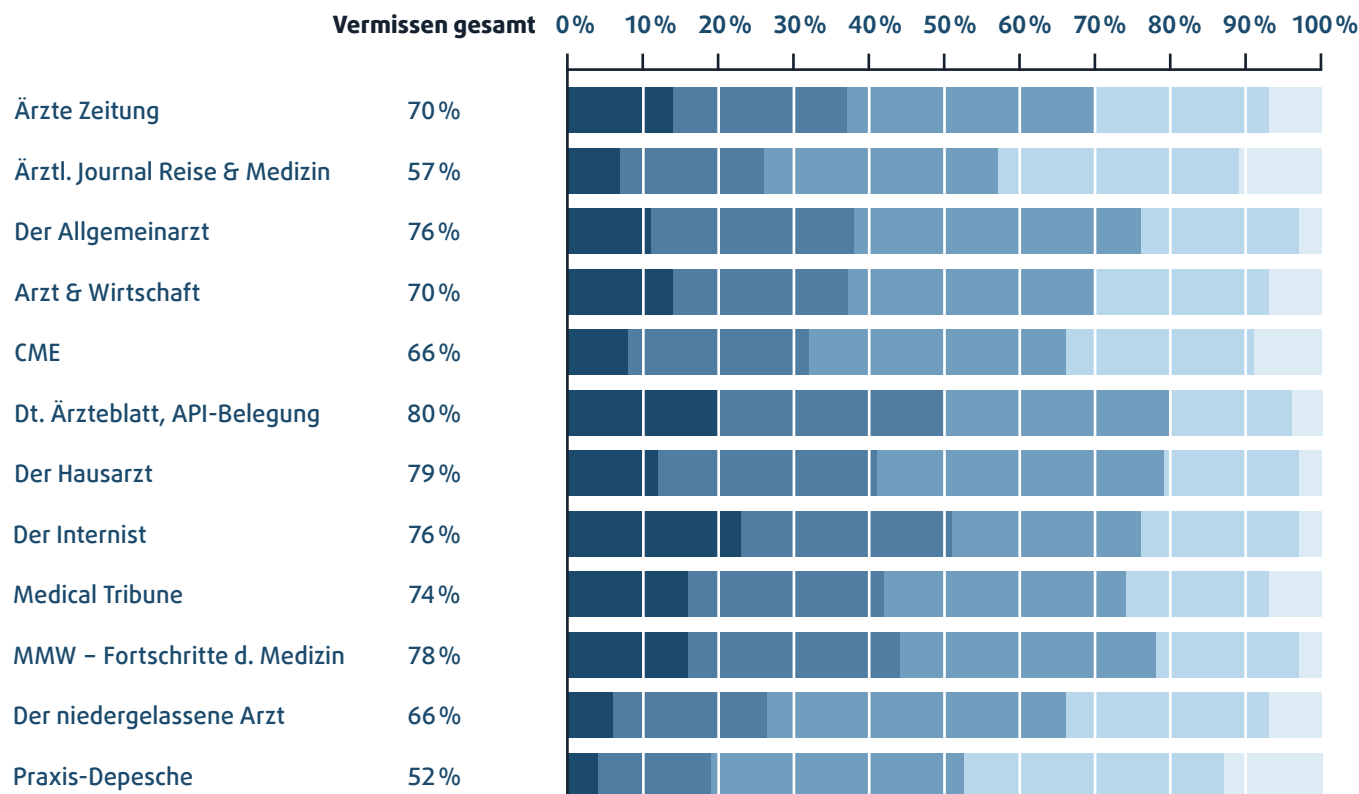
Der LpA kann als Prozentwert oder als Absolutwert (Projektion) dargestellt werden – jeweils bezogen auf die Grundgesamtheit der 56.335 niedergelassenen API in der Bundesrepublik.

Grundgesamtheit: niedergelassene API 56.335 (BRD),
Stichprobe (erhoben): n=1.002

Ergebnisse: Leser-Blatt-Bindung

Zielgruppe: niedergelassene API

■ vermisste sehr stark ■ vermisste stark ■ vermisste ■ vermisste weniger ■ vermisste 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 56.335 (BRD),
Stichprobe (erhoben): n=1.002
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 2021 wenden sich an niedergelassene API. Aber jeder hat seine Besonderheiten.

Es gibt Zeitungs- und Zeitschriftenformate, unterschiedliche Erscheinungsweisen, Kammer- und Verbandsorgane, 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 2021 vorgegeben:

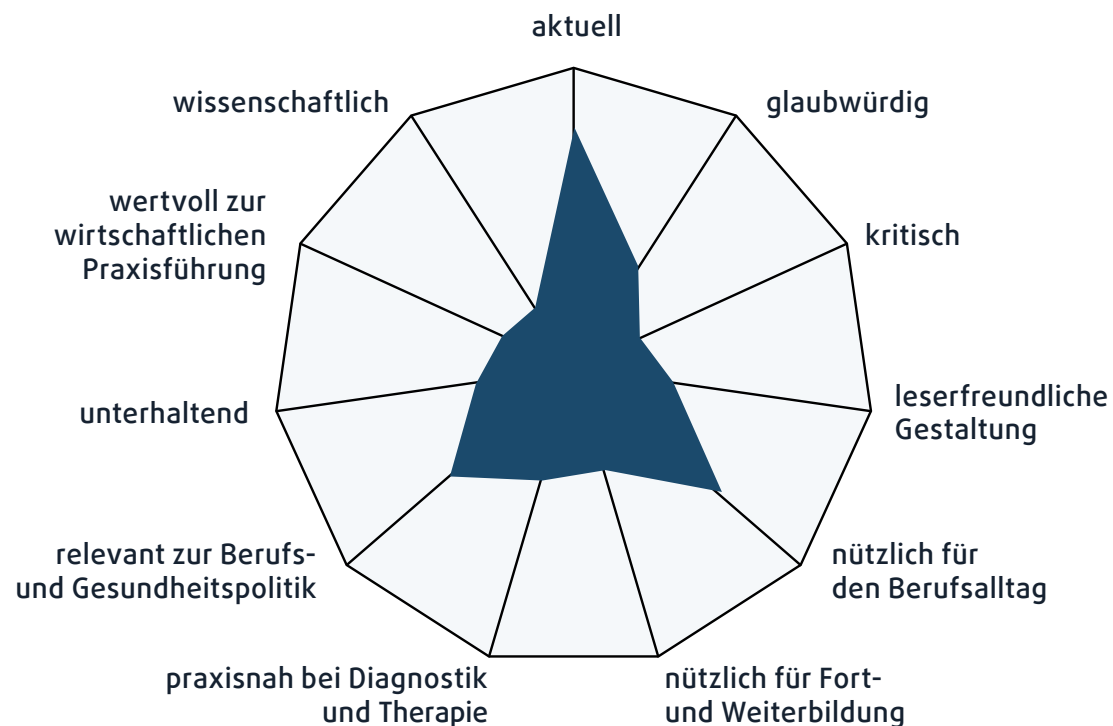
- aktuell
- glaubwürdig
- kritisch
- leserfreundliche Gestaltung
- nützlich für den Berufsalltag
- nützlich für Fort- und Weiterbildung
- praxisnah bei Diagnostik und Therapie
- relevant zur Berufs- und Gesundheitspolitik
- unterhaltend
- wertvoll zur wirtschaftlichen Praxisführung
- wissenschaftlich

Ergebnisse: Profile der Zeitschriften und Zeitungen

Ärzte Zeitung – Weitester Leserkreis: 63,6 % – Projektion: 35.812 API

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

aktuell	70 %
glaubwürdig	35 %
kritisch	21 %
leserfreundliche Gestaltung	29 %
nützlich für den Berufsalltag	56 %
nützlich für Fort- und Weiterbildung	31 %
praxisnah bei Diagnostik und Therapie	34 %
relevant zur Berufs- und Gesundheitspolitik	48 %
unterhaltend	29 %
wertvoll zur wirtschaftlichen Praxisführung	23 %
wissenschaftlich	21 %

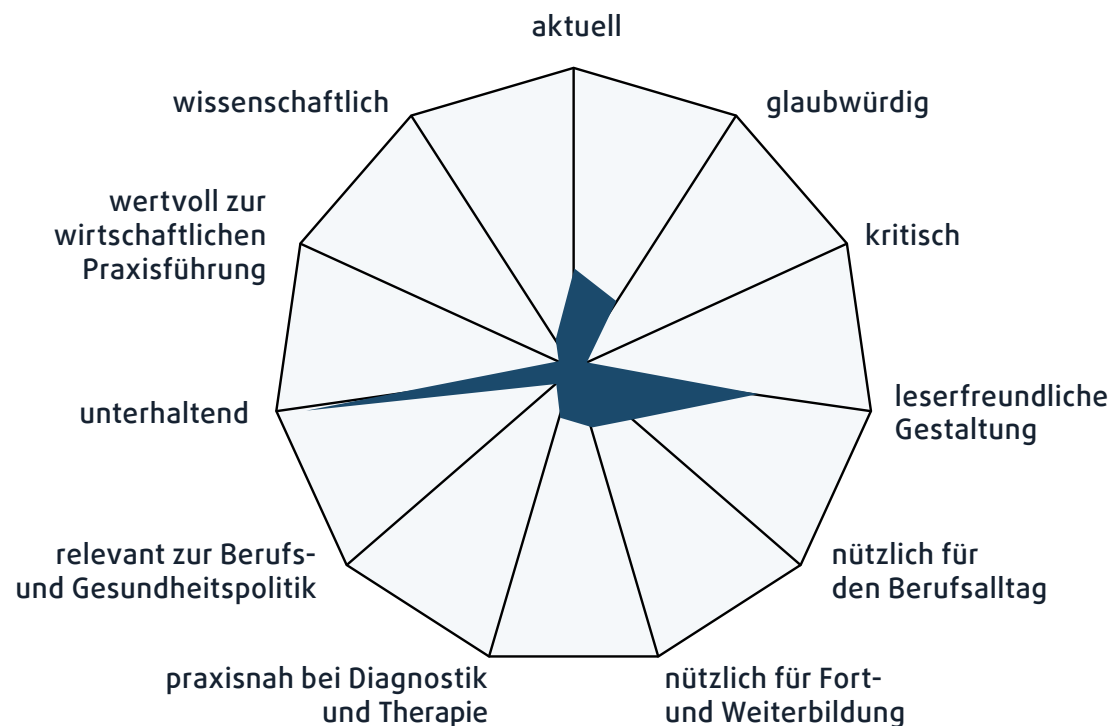


Ergebnisse: Profile der Zeitschriften und Zeitungen

Ärztliches Journal Reise & Medizin – Weitester Leserkreis: 54,1% – Projektion: 30.483 API

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

aktuell	29%
glaubwürdig	23%
kritisch	4%
leserfreundliche Gestaltung	54%
nützlich für den Berufsalltag	23%
nützlich für Fort- und Weiterbildung	18%
praxisnah bei Diagnostik und Therapie	15%
relevant zur Berufs- und Gesundheitspolitik	7%
unterhaltend	79%
wertvoll zur wirtschaftlichen Praxisführung	5%
wissenschaftlich	10%

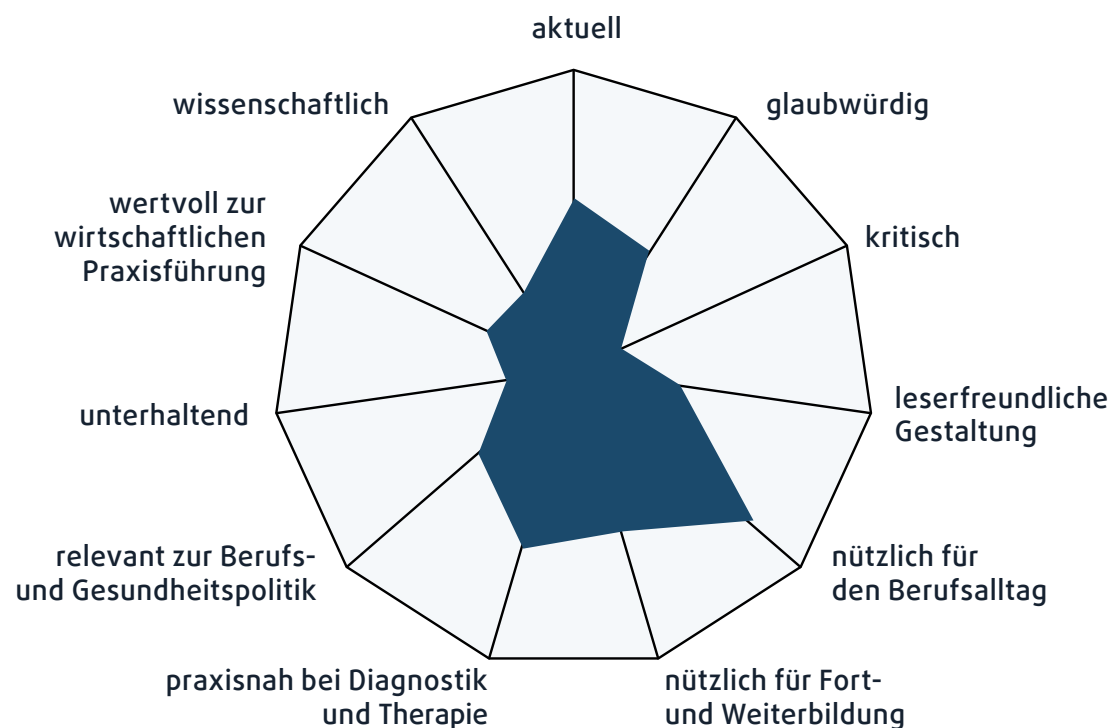


Ergebnisse: Profile der Zeitschriften und Zeitungen

Der Allgemeinarzt – Weitester Leserkreis: 65,5 % – Projektion: 36.899 API

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

aktuell	50 %
glaubwürdig	41 %
kritisch	15 %
leserfreundliche Gestaltung	31 %
nützlich für den Berufsalltag	68 %
nützlich für Fort- und Weiterbildung	49 %
praxisnah bei Diagnostik und Therapie	54 %
relevant zur Berufs- und Gesundheitspolitik	37 %
unterhaltend	20 %
wertvoll zur wirtschaftlichen Praxisführung	28 %
wissenschaftlich	27 %

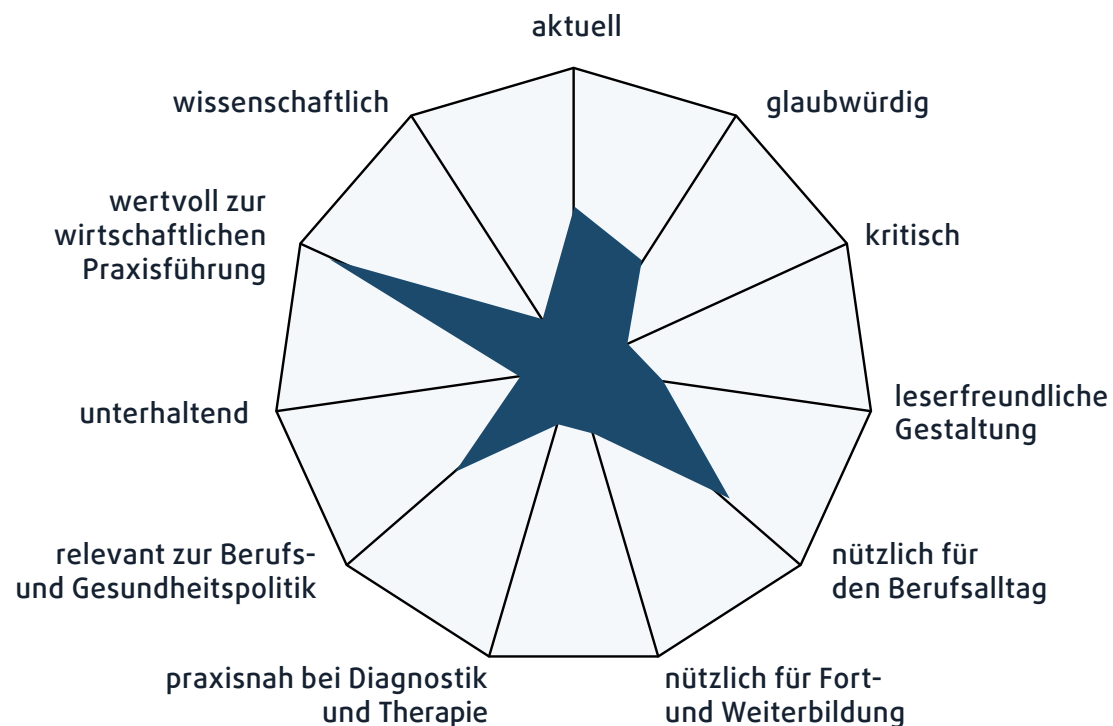


Ergebnisse: Profile der Zeitschriften und Zeitungen

Arzt & Wirtschaft – Weitester Leserkreis: 67,7 % – Projektion: 38.144 API

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

aktuell	47 %
glaubwürdig	37 %
kritisch	17 %
leserfreundliche Gestaltung	26 %
nützlich für den Berufsalltag	59 %
nützlich für Fort- und Weiterbildung	20 %
praxisnah bei Diagnostik und Therapie	17 %
relevant zur Berufs- und Gesundheitspolitik	46 %
unterhaltend	16 %
wertvoll zur wirtschaftlichen Praxisführung	78 %
wissenschaftlich	17 %

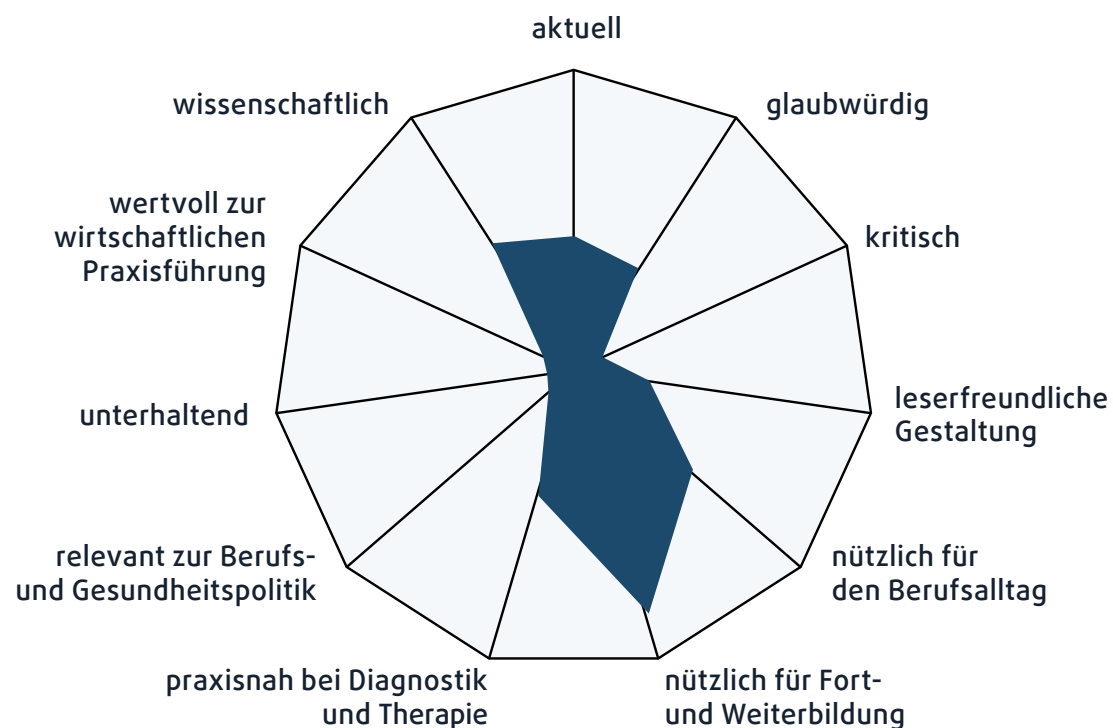


Ergebnisse: Profile der Zeitschriften und Zeitungen

CME – Weitester Leserkreis: 61,5 % – Projektion: 34.663 API

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

aktuell	39%
glaubwürdig	35%
kritisch	9%
leserfreundliche Gestaltung	22%
nützlich für den Berufsalltag	45%
nützlich für Fort- und Weiterbildung	74%
praxisnah bei Diagnostik und Therapie	38%
relevant zur Berufs- und Gesundheitspolitik	10%
unterhaltend	8%
wertvoll zur wirtschaftlichen Praxisführung	10%
wissenschaftlich	44%

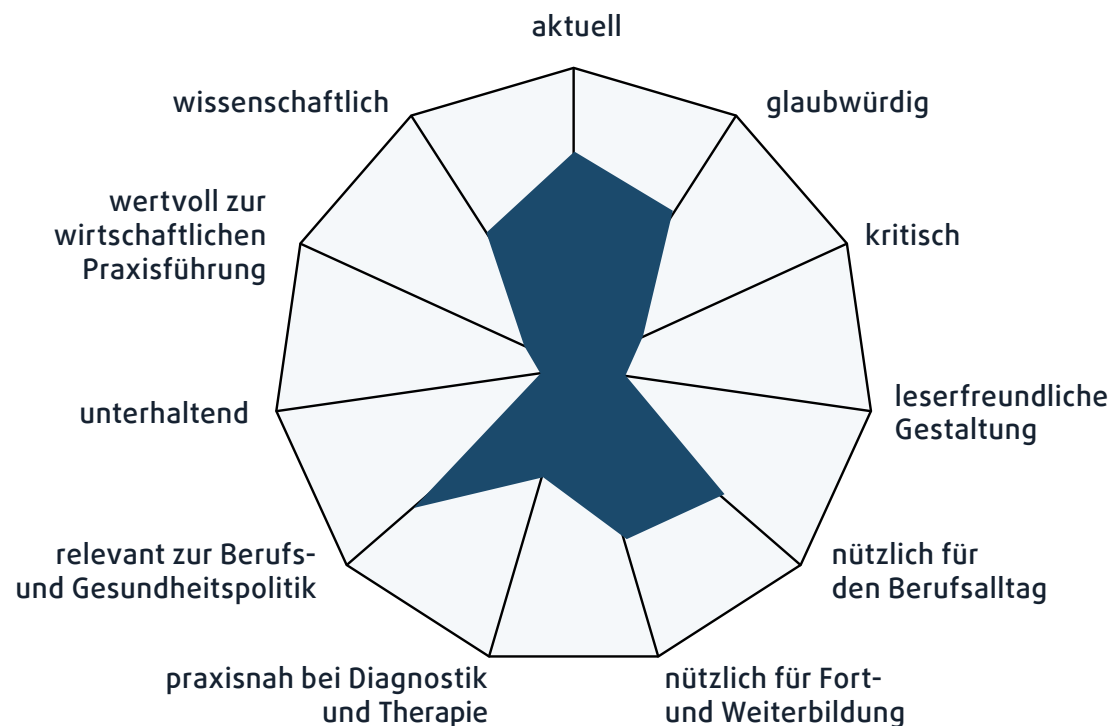


Ergebnisse: Profile der Zeitschriften und Zeitungen

Deutsches Ärzteblatt – Weitester Leserkreis: 90,8 % – Projektion: 51.152 API

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

aktuell	63 %
glaubwürdig	54 %
kritisch	22 %
leserfreundliche Gestaltung	15 %
nützlich für den Berufsalltag	57 %
nützlich für Fort- und Weiterbildung	52 %
praxisnah bei Diagnostik und Therapie	33 %
relevant zur Berufs- und Gesundheitspolitik	62 %
unterhaltend	10 %
wertvoll zur wirtschaftlichen Praxisführung	16 %
wissenschaftlich	47 %

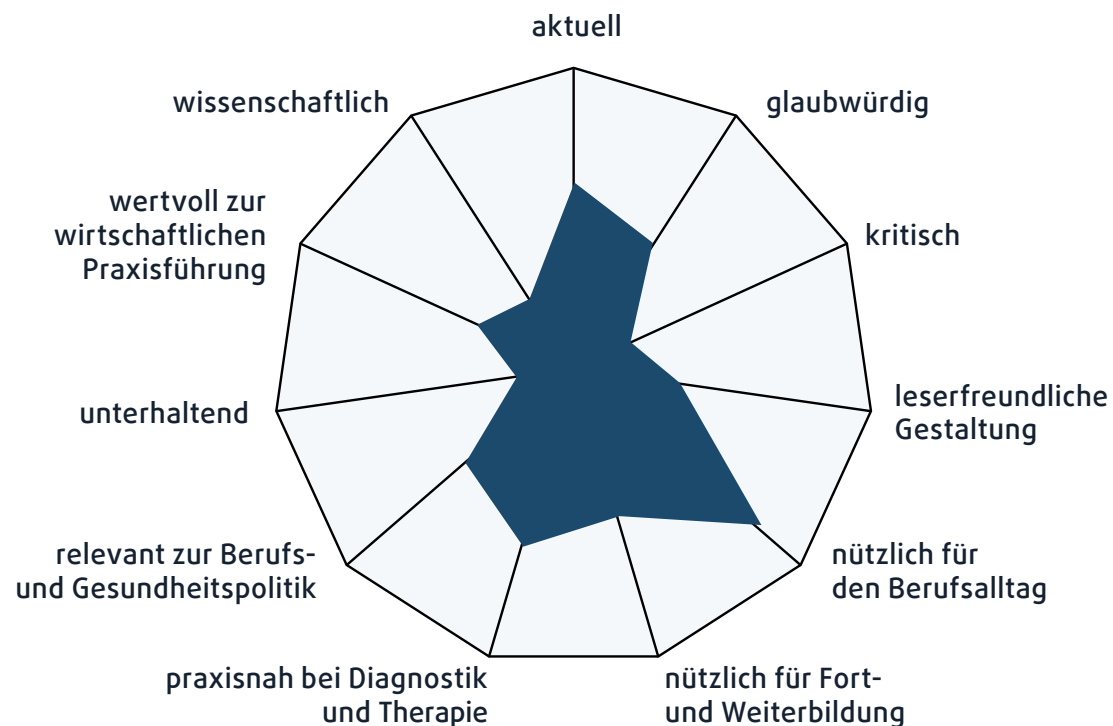


Ergebnisse: Profile der Zeitschriften und Zeitungen

Der Hausarzt – Weitester Leserkreis: 65,3 % – Projektion: 36.770 API

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

aktuell	54 %
glaubwürdig	43 %
kritisch	18 %
leserfreundliche Gestaltung	31 %
nützlich für den Berufsalltag	71 %
nützlich für Fort- und Weiterbildung	45 %
praxisnah bei Diagnostik und Therapie	54 %
relevant zur Berufs- und Gesundheitspolitik	42 %
unterhaltend	17 %
wertvoll zur wirtschaftlichen Praxisführung	31 %
wissenschaftlich	24 %

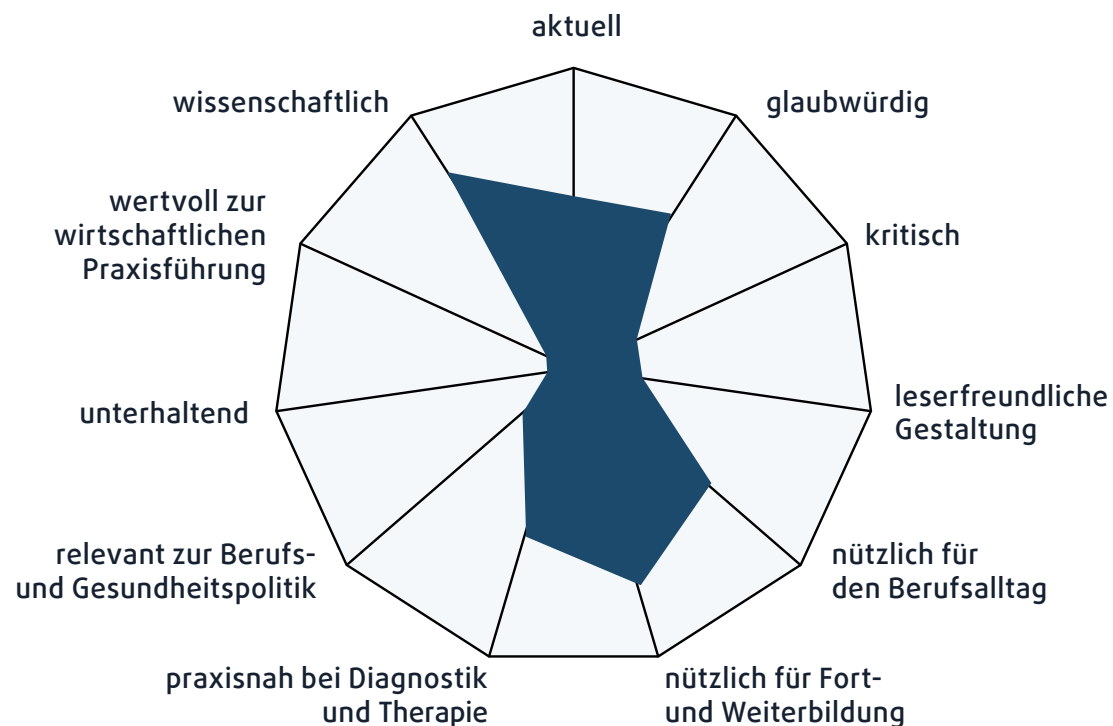


Ergebnisse: Profile der Zeitschriften und Zeitungen

Der Internist – Weitester Leserkreis: 37,1 % – Projektion: 20.900 API

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

aktuell	50 %
glaubwürdig	53 %
kritisch	20 %
leserfreundliche Gestaltung	20 %
nützlich für den Berufsalltag	52 %
nützlich für Fort- und Weiterbildung	66 %
praxisnah bei Diagnostik und Therapie	51 %
relevant zur Berufs- und Gesundheitspolitik	20 %
unterhaltend	8 %
wertvoll zur wirtschaftlichen Praxisführung	9 %
wissenschaftlich	68 %

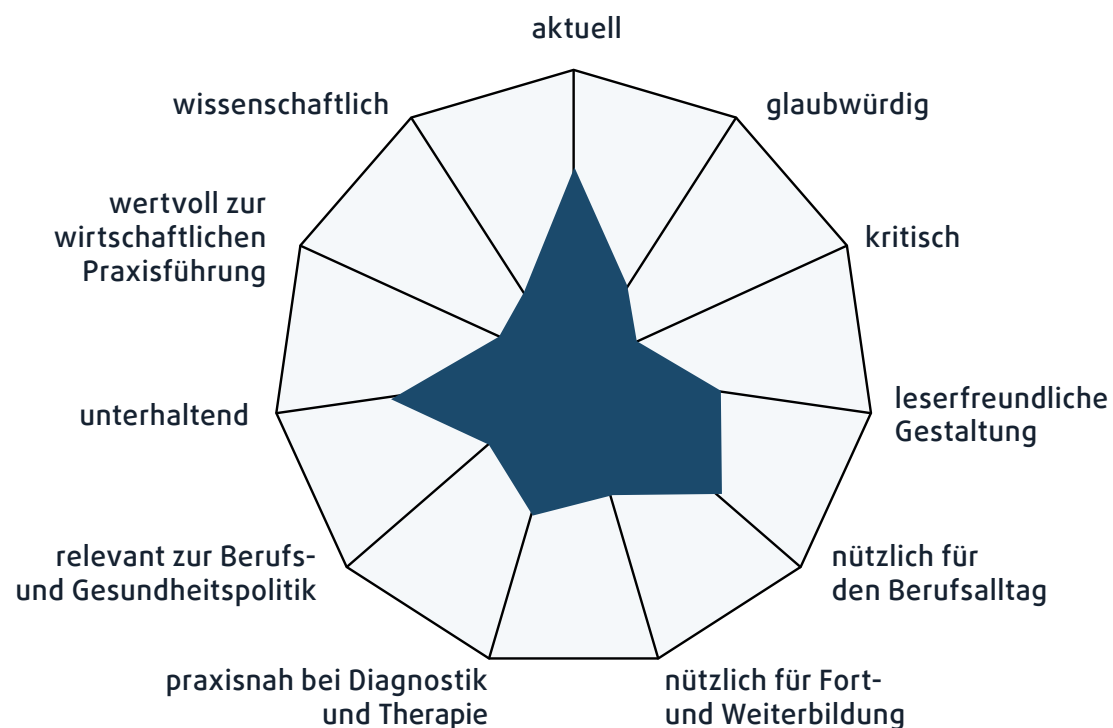


Ergebnisse: Profile der Zeitschriften und Zeitungen

Medical Tribune – Weitester Leserkreis: 61,2 % – Projektion: 34.471 API

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

aktuell	59%
glaubwürdig	29%
kritisch	20%
leserfreundliche Gestaltung	43%
nützlich für den Berufsalltag	56%
nützlich für Fort- und Weiterbildung	38%
praxisnah bei Diagnostik und Therapie	44%
relevant zur Berufs- und Gesundheitspolitik	33%
unterhaltend	54%
wertvoll zur wirtschaftlichen Praxisführung	24%
wissenschaftlich	27%

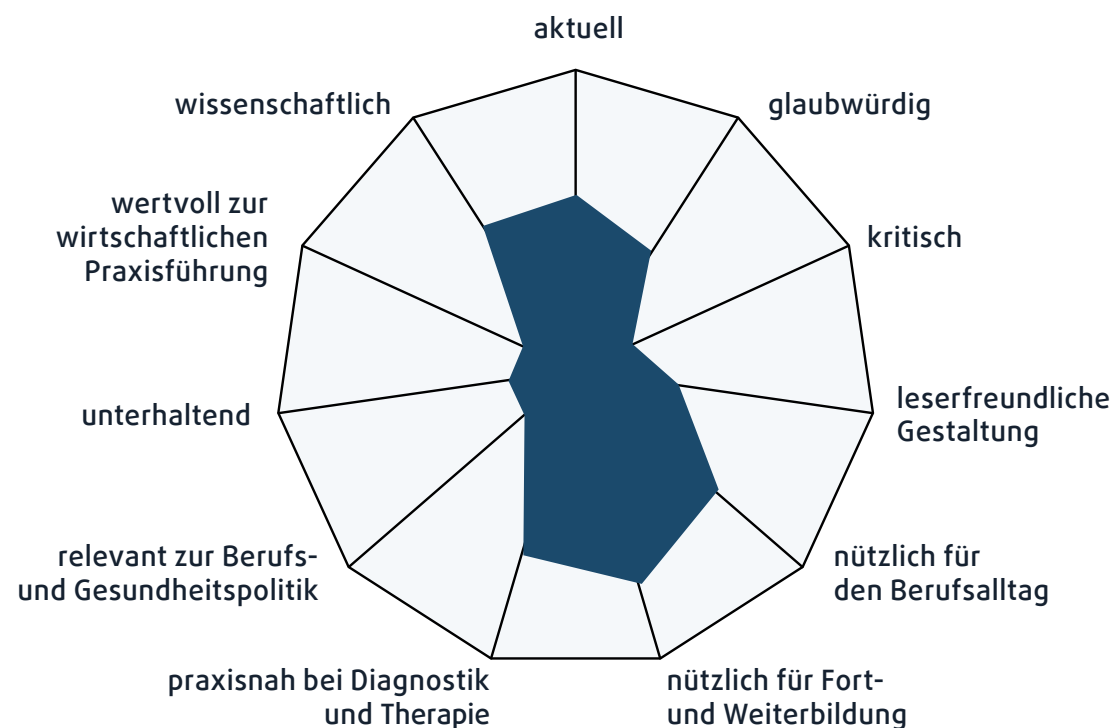


Ergebnisse: Profile der Zeitschriften und Zeitungen

MMW – Fortschritte der Medizin – Weitester Leserkreis: 64,7 % – Projektion: 36.426 API

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

aktuell	51 %
glaubwürdig	41 %
kritisch	18 %
leserfreundliche Gestaltung	30 %
nützlich für den Berufsalltag	54 %
nützlich für Fort- und Weiterbildung	65 %
praxisnah bei Diagnostik und Therapie	56 %
relevant zur Berufs- und Gesundheitspolitik	20 %
unterhaltend	20 %
wertvoll zur wirtschaftlichen Praxisführung	17 %
wissenschaftlich	50 %

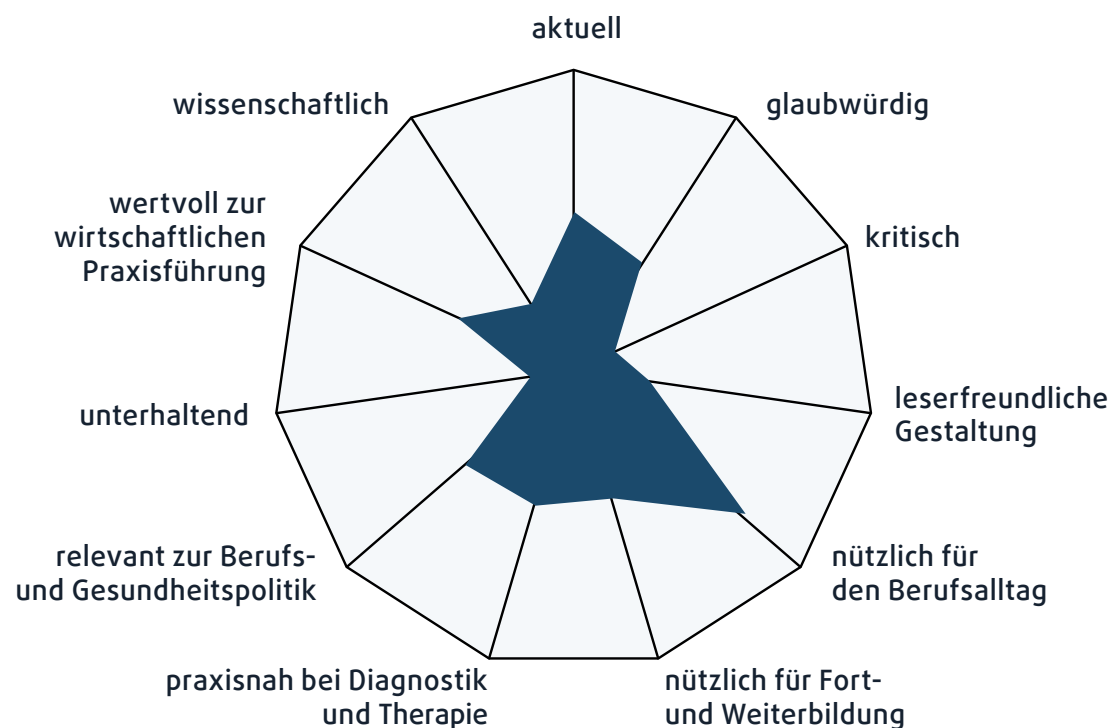


Ergebnisse: Profile der Zeitschriften und Zeitungen

Der niedergelassene Arzt – Weitester Leserkreis: 60,7 % – Projektion: 34.201 API

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

aktuell	46 %
glaubwürdig	37 %
kritisch	13 %
leserfreundliche Gestaltung	22 %
nützlich für den Berufsalltag	65 %
nützlich für Fort- und Weiterbildung	39 %
praxisnah bei Diagnostik und Therapie	41 %
relevant zur Berufs- und Gesundheitspolitik	42 %
unterhaltend	13 %
wertvoll zur wirtschaftlichen Praxisführung	37 %
wissenschaftlich	23 %

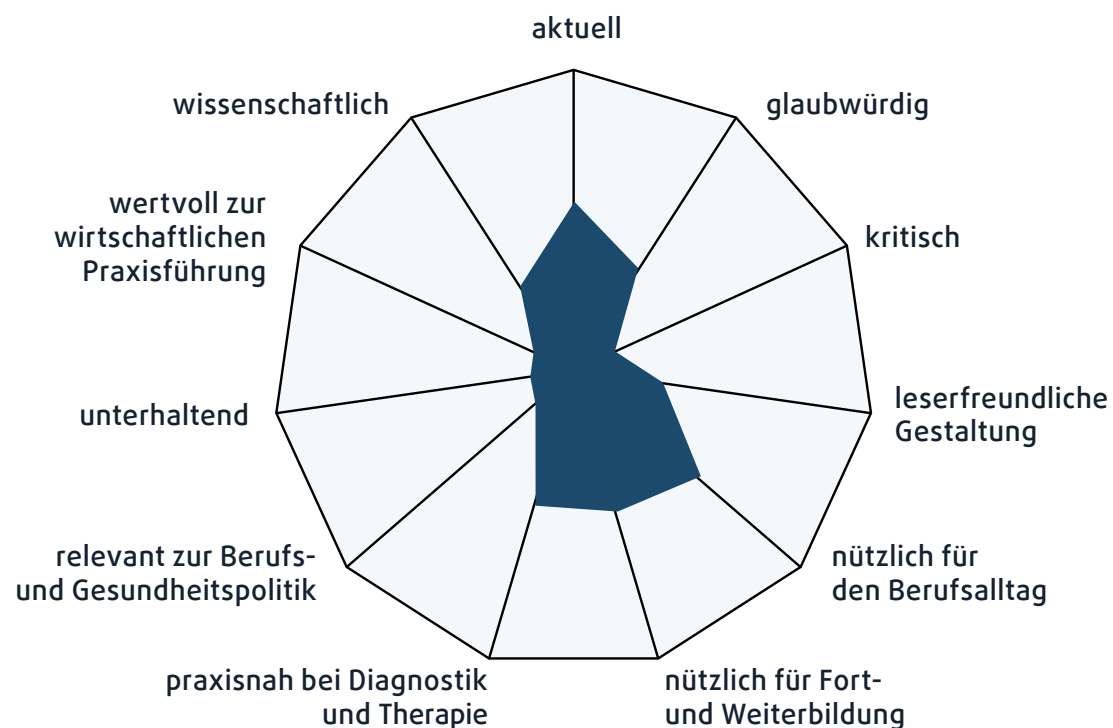


Ergebnisse: Profile der Zeitschriften und Zeitungen

Praxis-Depesche – Weitester Leserkreis: 58,5 % – Projektion: 32.945 API

Anhand der 11 vorgegebenen Aussagen haben die Leser von **Praxis-Depesche** den Titel folgendermaßen eingeschätzt:

aktuell	49 %
glaubwürdig	35 %
kritisch	13 %
leserfreundliche Gestaltung	26 %
nützlich für den Berufsalltag	48 %
nützlich für Fort- und Weiterbildung	43 %
praxisnah bei Diagnostik und Therapie	41 %
relevant zur Berufs- und Gesundheitspolitik	15 %
unterhaltend	13 %
wertvoll zur wirtschaftlichen Praxisführung	13 %
wissenschaftlich	29 %



Die Mitglieder der Arbeitsgemeinschaft LA-MED

Agenturen

- antwerpes
- ARISTON Media Service
- DP-Medsystems
- Edelman
- eickhoff kommunikation
- Havas Media Germany
- Initiative Media
- Jäger Health
- med publico
- MediaCom Agentur für Media-Beratung
- mediaplan
- Mediaplan Gruppe für innovative Media
- medical relations
- Medizin & Markt
- MW Office Ges. für Marketing und Werbung
- Omnicom Media Group
- pilot Hamburg
- SK2 Solutions
- Starcom
- TERRITORY Content to results
- 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
- Merck Serono
- MSD Sharp & Dohme
- Norgine
- Novartis Pharma
- PLANiMED Gesellschaft für Strukturdaten und Kommunikation
- Sanofi-Aventis Deutschland
- Servier Deutschland
- Takeda Pharma

Verlage

- Apo-Verlag
- Avoxa – Mediengruppe Deutscher Apotheker
- Biermann Verlag
- Deutscher Ärzteverlag
- Deutscher Apotheker Verlag
- esanum
- Georg Thieme Verlag
- GfI. Gesellschaft für medizinische Information
- Hansisches Verlagskontor
- mdm – MedienDiensteMedizin Verlagsgesellschaft
- Medical Tribune Verlagsgesellschaft
- Mediengruppe Oberfranken Fachverlage
- MEDSCAPE
- MiM Verlagsgesellschaft
- mm medizin + medien Verlag
- OmniMed Verlagsgesellschaft
- Otto Hoffmanns Verlag
- pro anima med medien
- Rote Liste Service Ges.
- Springer Medizin Verlag
- 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)