

# Die LA-MED

## Profil & Informationen

**LA-MED**

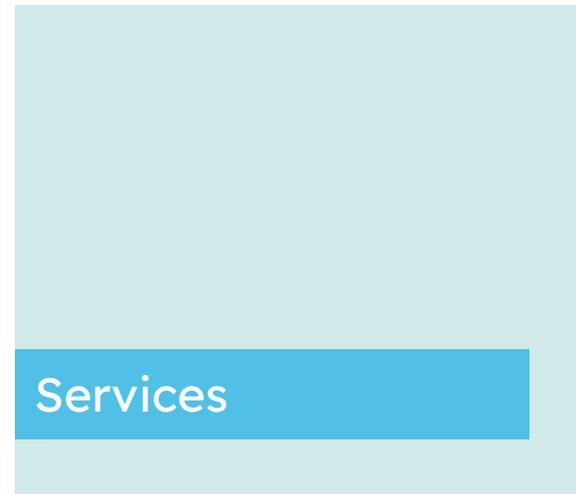
August 2025



Sehr geehrte Damen und Herren,

- haben Sie sich auch mal gefragt, welche Fachmedien von Ärzten, Apothekern, Zahnärzten und -technikern tatsächlich genutzt werden?
- Sie müssen nicht lange suchen, denn die Arbeitsgemeinschaft LA-MED bietet seit Jahren Leserschaftsanalysen dieser Zielgruppen in hoher Qualität an. Keiner anderen Branche stehen derart transparente und verlässliche Leserschaftsdaten von Fachmedien zur Verfügung wie der Gesundheitsbranche.
- Diese Daten sind für Sie wichtig, ob Sie Mitarbeiter eines Fachverlages, eines Dental-, Medizintechnik- oder Pharmaunternehmens oder einer Agentur sind. Denn nur Leserschaftsanalysen bieten eine Planungsgrundlage für den effektiven Einsatz von Media und PR.
- Mit der Präsentation, die Sie gerade vor Augen haben, können Sie sich einen Überblick über die Aufgaben des Vereins und seiner Gremien sowie der Vielzahl der Studien verschaffen.
- Wir laden Sie ein „auf Entdeckungstour“ zu gehen.

Ihre LA-MED



Die Arbeitsgemeinschaft LA-MED Kommunikationsforschung im Gesundheitswesen e.V. ist ein eingetragener Verein.

Unsere Mitglieder sind:

- Verlage (medizinisch, pharmazeutisch, zahnmedizinisch ausgerichtete Fachverlage)
- Agenturen (Media-, PR- und Werbe-Agenturen)
- Industrie und Dienstleistungsunternehmen der Gesundheitsbranche

## Kommunikationsforschung in Medizin, Pharmazie, Zahnmedizin

Durchführen von Studien zur Untersuchung von Werbeträgern (Reichweitenstudien)

Sichern eines hohen Qualitäts- und Leistungsstandards dieser Studien

Transparenz in der Nutzung von Fachmedien durch Ärzte, Zahnärzte, Apothekenpersonal

Generieren von seriösen Daten für die Mediaplanung in medizinischen, zahnmedizinischen und pharmazeutischen Fachmedien

Bei einigen Hundert deutschsprachigen Fachzeitschriften und fast ebenso zahlreichen Online-Angeboten für Ärzte, Zahnärzte und Apotheker ist es nicht einfach, die richtige Medienkombination für die jeweilige Zielgruppe zu identifizieren.

Die LA-MED führt deshalb Studien durch, in denen von Ärzten, Zahnärzten und Apothekern quantitative und qualitative Daten zu ihrem Lese- und Mediennutzungsverhalten erhoben werden.

Die Daten stellt die LA-MED Verlagen, Unternehmen und Agenturen zur Verfügung. Diese können damit die untersuchten Titel vergleichen, zum Beispiel in Hinblick auf Reichweite, Qualität und Wirtschaftlichkeit.



## Mitglieder unterstützen die Arbeit der LA-MED

- gestalten die Projekte der LA-MED in den verschiedenen Gremien
- erhalten die Berichtsbände aller LA-MED-Studien
- Die in den Studien erhobenen Daten werden für die Mediaplanung auch in elektronischer Form, im MDS Zählprogramm, zur Verfügung gestellt.





## Mitgliederversammlung

- tagt einmal jährlich
- beschließt die Studienprojekte der Arbeitsgemeinschaft
- entscheidet über die Verwendung der Vereinsfinanzen
- wählt den **Vorstand**



## Generalsekretärin Vera Richter

- führt die Geschäftsstelle
- koordiniert und unterstützt die Arbeit von Vorstand und Projektgruppen
- ist erste Anlaufstelle für alle Auskünfte rund um die LA-MED und ihre Studien



## Vorstand

- 5 Personen aus Industrie, Verlagen und Agenturen
- vertritt den Verein nach außen, überwacht die Durchführung der Studien sowie weiterer Projekte und Initiativen, setzt Projektgruppen ein



## Projektgruppen

- stehen jedem Mitglied offen
- bereiten die Aktivitäten vor
- erstellen Entscheidungsvorlagen für den Vorstand



In folgenden Projektgruppen können Mitglieder sich derzeit engagieren:

Projektgruppe  
Studien

Projektgruppe  
Digital

Projektgruppe  
LA-PHARM

Projektgruppe  
DENT



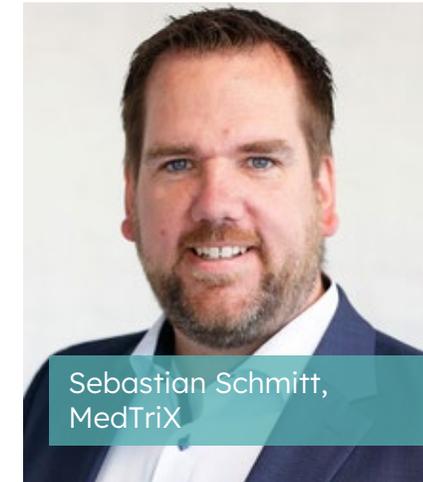
## Projektgruppe Studien

- betreut die LA-MED API-Studie, Kliniker-Studie und die Facharztbefragungen
- steuert die Auswahl von Marktforschungsinstituten
- erörtert in den Sitzungen Methodenverbesserung, Feldzeiten, Fragebogen, Stichprobe, Titellisten und Kosten
- Gemeinsam mit den Instituten werden die zu stellenden Fragen überprüft, geändert und ergänzt, neue Befragungen vorbereitet, laufende Studien begleitet und die Berichtslegung diskutiert, abgestimmt und festgelegt

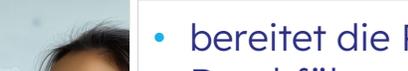


## Projektgruppe Digital

- bearbeitet marktforscherische Projekte rund um digitale und Online-Medien und die Untersuchung ihrer Nutzungsdaten



# Projektgruppen



## Projektgruppe LA-PHARM

- bereitet die Reichweitenstudie der Fachpresse für Apotheken vor und begleitet ihre Durchführung



## Projektgruppe DENT

- organisiert Studien im Fachbereich Dental mit den Zielgruppen Zahnärzte, Zahntechniker, zahnmedizinisches Fachpersonal. Dazu gehören die Mediennutzungsstudie mediaDENT und die Reichweitenstudie der Fachpresse für Zahnmedizin.



# Die Reichweiten-Studien

(untersuchen die Nutzung von Zeitschriften und Websites im jeweiligen Fachbereich)

## LA-MED API-Studie

Schriftliche Befragung von

- niedergelassenen Allgemeinmedizinern, Praktiker und Internisten



## LA-MED Facharzt-Studie

Schriftliche Befragung der Facharztgruppen (niedergelassene Ärzte sowie Chef- und Oberärzte)

- Dermatologie
- Gynäkologie
- Pädiatrie
- HNO
- Innere Medizin
- Nervenheilkunde
- Orthopädie
- Urologie



## LA-MED Onkologie-Studie

Schriftliche Befragung von

- onkologisch tätigen Ärzten (niedergelassene Ärzte sowie Chef- und Oberärzte)



# Die Reichweiten-Studien

(untersuchen die Nutzung von Zeitschriften und Websites im jeweiligen Fachbereich)

## LA-MED Kliniker Studie

Schriftliche Befragung der in Kliniken und Krankenhäusern tätigen Ärzte

- Chef- und Oberärzte
- Stations- und Assistenzärzte

## LA-PHARM

Persönliche mündlich durchgeführte Interviews (face to face) bei

- Apothekern
- PTA

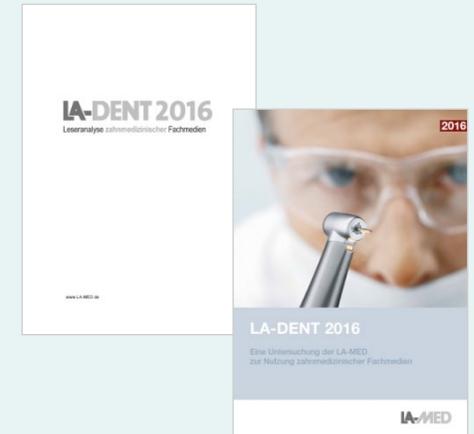
in öffentlichen Apotheken



## LA-DENT

Persönliche mündlich durchgeführte Interviews (face to face) bei

- niedergelassenen Zahnärzten



# Die Reichweiten-Studien im Überblick

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
LA-MED API-Studie	●		●		●		●		●		●	
LA-MED Facharztbefragung												
Dermatologie		●		●		●		●		●		●
Gynäkologie		●		●		●		●		●		●
Pädiatrie		●		●		●		●		●		●
HNO		●		●		●		●		●		●
Innere Medizin		●		●		●		●		●		●
Nervenheilkunde		●		●		●		●		●		●
Orthopädie		●		●		●		●		●		●
Urologie		●		●		●		●		●		●
LA-MED Kliniker-Studie		●		●		●		●		●		●
LA-MED Onkologie-Studie				●						●		
LA-PHARM			●			●				●		
LA-DENT / mediaDENT		●								●		

# Studien zu speziellen Fragestellungen der Kommunikation im Gesundheitswesen



Anzeigenwirkungsanalyse

Grundlagenstudie „Mediennutzung von Healthcare Professionals“

Mediennutzungsstudie Dental (Zahnärzte und ZFA)

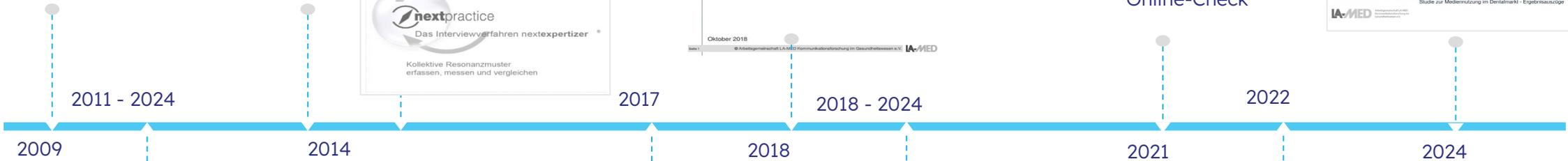


Qualitative Studie über die Rolle angestellter Ärzte im ambulanten Bereich



Online-Check

Mediennutzungsstudie (Zahnärzte, Zahntechniker, ZFA)



Aktivierungsleistung



360° Touchpoint-Analyse



Touchpoint-Relevanz-Check

Befragung angestellter API im ambulanten Bereich



als Qualitätssiegel für werbliche Zwecke

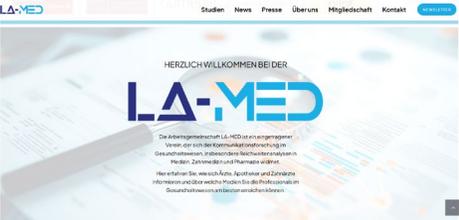
**LA-MED**  
**LA-DENT**  
**LA-PHARM**

Logos  
LA-MED

Newsletter über Markt und Medien



LA-MED  
insight



Informationsplattform über Verein, Studien und Ergebnisse

LA-MED  
Website

Auszüge aus den Ergebnissen der geprüften Titel für kompakten und schnellen Überblick



**LA-MED**  
Informations-  
broschüren

Ausführliche Berichtsbände für detaillierte Informationen



**LA-MED**  
Studienbände

Mediapläne berechnen, individuelle Zielgruppen beschreiben



**LA-MED**  
Studien im  
Zählprogramm

## Was steht in den Berichtsbänden?

- Alle Ergebnisdaten der Studien. Also nicht nur die Zahlen, die auf der LA-MED-Website veröffentlicht werden, sondern z.B. auch die Ergebnisse zur Internet-Nutzung oder zum Profil der Zeitschriften.
- Es lässt sich ermitteln, ob z.B. ein Titel eher die älteren oder eher die jungen Ärzte erreicht, ob Zahnärzte in großen Praxen anderes lesen oder im Internet nutzen als die in kleineren Praxen, welche Titel Internisten und welche Allgemeinärzte bevorzugen.
- Informationen zu Auflagedaten und der Verbreitung der Zeitschriften.
- Beschreibung der Methodik der Studie

## Wer braucht einen Berichtsband?

- Jeder, der mehr über Fachmedien und die Zielgruppen Arzt / Zahnarzt erfahren möchte:  
Produktmanager, Werbeleiter, Mediaplaner, Redakteure, Marktforscher, PR-Fachleute.

**LA-MED 2008** (September 2007 bis Juni 2008)

**Niedergelassene Allgemeinärzte und Internisten**

Reichweite (in %)	Arztgruppen		Altersgruppen		
	Allgemeinärzte	Internisten	bis 39 Jahre *)	40 bis 49 Jahre	50 bis 59 Jahre
<b>Alle niedergelassenen Allgemeinärzte und Internisten</b>	<b>1026</b>	<b>349</b>	<b>78</b>	<b>304</b>	<b>304</b>
<b>Überregionale Zeitschriften</b>					
Arzt-Zeitung	677	349	78	304	304
Ärztliche Praxis	716	310	62	348	348
Ärztliches Journal/Rote & Medizin	45791	19859	3959	22261	22261
Ärztliche Wertschätzung					
CMF					
Deutsches Ärzteblatt/Ärztliche Beilage	724				
Der Neuzug	453				
Der Internist	11,4	80,9	31,9	42,7	35,3
Der Kassenarzt	43,7	32,9	31,9	42,7	45,8
Medical Tribune	65,1	61,8	42,9	55,5	64,1
MMW - Fortschritt der Medizin	44,2	46,6	44,5	44,7	45,1
Der niedergelassene Arzt	41,8	38,6	38,8	44,0	44,9
Häusler & Hausarztmedizin	50,9	33,2	39,2	46,4	45,1
Praxis-Depesche**)	35,9	34,5	27,2	34,8	37,3

\*) 1-Fachanteil der Zielgruppe mit <=10 Fächer, bei Ergänzungsberufen (Bsp. Zahnarzt) bis zu 10 Fächern (z.B. 10/10)  
\*\*) Im 1.1.2009 (Einzelangaben von 14 Ärgern auf monatlich wiederholbar, Fortgeschrittenes bis zu 14-fach)  
\*\*\*) Die hier angegebenen Zahlen sind auf die Reichweitenberechnung gemäß haben. (siehe hierzu S. VII, Technische Hinweise)  
Anfragekennzahl LA-MED, Kommunikation/Marketing im Gesundheitswesen e. V. 1763, Internet 2008

## Logos der LA-MED e.V. – Nutzung für Werbezwecke

- Die Logos der LA-MED e. V. sind ein Qualitätssiegel für die Zeitschriften der Mitgliedsverlage, die sich einer Leserschaftsbefragung gestellt haben.
- Die Logos zeigen, dass aktuelle repräsentative Daten zu Reichweite, Leserschaft und Wirtschaftlichkeit vorliegen.
- Die Verwendung der Logos unterliegt Richtlinien. Die Logos dürfen nur im Impressum und den Mediadaten der Titel verwendet werden, die an den ausgewiesenen Studien teilgenommen haben.
- So ist für Anzeigenkunden leicht zu erkennen, ob für den Titel aktuelle Leistungswerte und Reichweitendaten vorliegen.



LA-MED  
geprüft API-Studie 2023



LA-MED  
geprüft Facharzt-Studie 2024



LA-PHARM  
geprüft LA-PHARM 2024



LA-MED  
geprüft Onkologie-Studie 2024

## LA-MED insight

- ist der Newsletter für Mitglieder und Interessierte aus Industrie, Verlagen und Agenturen mit Informationen rund um die Fach-Kommunikation.
- Der Newsletter erscheint ca. achtmal im Jahr und ist über die Website LA-MED.de jederzeit kostenfrei zu abonnieren. Er berichtet über Neuigkeiten aus der Gesundheitskommunikationsbranche und nimmt Teilergebnisse der Studien genauer und die Lupe.



## LA-MED intern

- ist der Newsletter exklusiv für Mitglieder, in dem die Arbeits-gemeinschaft über Aktuelles rund um den Verein und seine Studien informiert.



- Die LA-MED finanziert durch Mitgliedsbeiträge die laufenden Kosten für Administration und Organisation der Studienprojekte.
- Der Mitgliedsbeitrag beträgt 2.300 € im Jahr, Aufnahmegebühr einmalig 500 €.
- Die Studienprojekte der LA-MED werden in der Regel von den Verlagen finanziert, deren Titel in einer Studie untersucht werden.
- Nur LA-MED-Mitglieder erhalten mit den Berichtsbänden alle Ergebnisdaten der Studien und können die Studien in elektronischer Form (Zählprogramm) erwerben.



# Zusammengefasst

Als Mitglied der Arbeitsgemeinschaft LA-MED ...

... kann auch Ihr Unternehmen die Projekte der LA-MED mit gestalten.

... erhält auch Ihr Unternehmen die Berichtsbände aller LA-MED-Studien und damit Primärdaten über Ihre Zielgruppe und für Ihre Mediaplanung.

... kann auch Ihr Unternehmen die in den Studien erhobenen Daten auch in elektronischer Form in Zählprogrammen nutzen.



Konnten wir Sie überzeugen?

Gerne würden wir Sie als neues Mitglied für die LA-MED gewinnen.

Ansprechpartnerin für alle Fragen ist die Generalsekretärin Vera Richter

Tel.: 04621 – 39 29 947

E-Mail: [LA-MED@LA-MED.de](mailto:LA-MED@LA-MED.de)