

Die LA-MED

Profil & Informationen

LA-MED

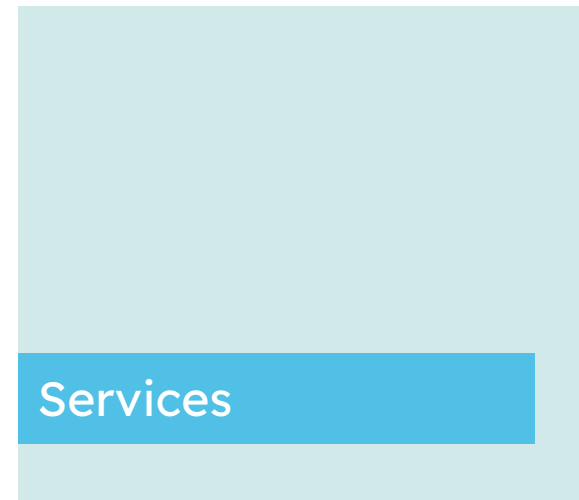
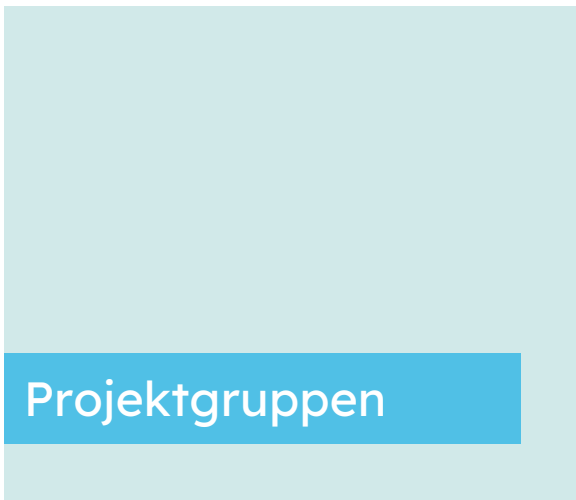
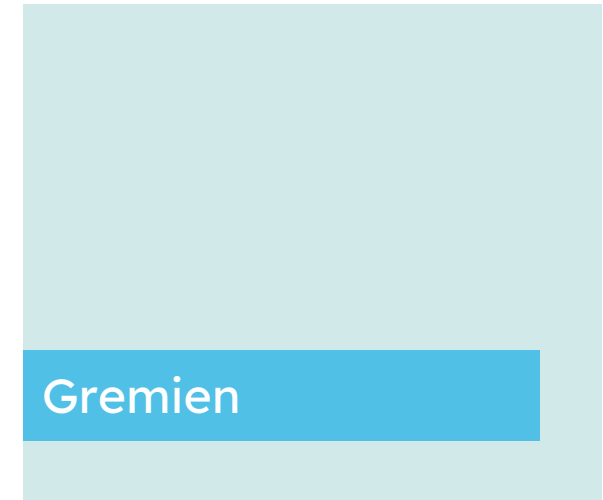
August 2026



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



Der Verein

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

[illegible]

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

Projektgruppen

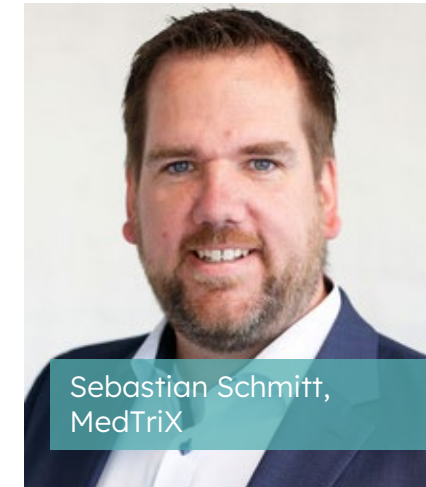
Projektgruppe Studien

- 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, Praktikern 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

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
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



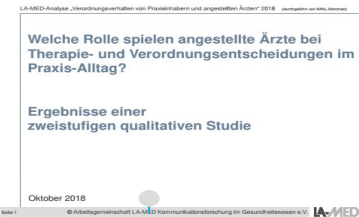
Anzeigen-
wirkungsanalyse

Grundlagenstudie
„Mediennutzung von
Healthcare Professionals“

Mediennutzungsstudie Dental
(Zahnärzte und ZFA)

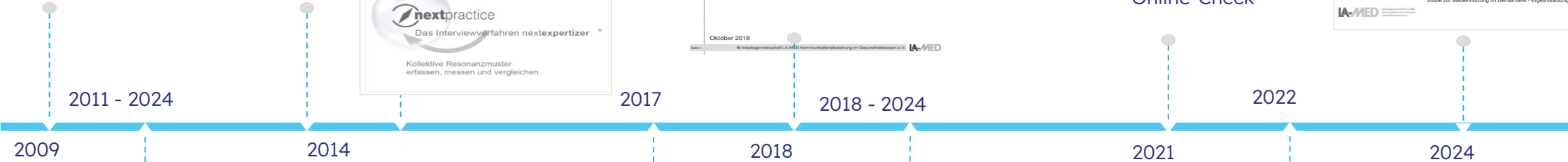


Qualitative Studie über die
Rolle angestellter Ärzte im
ambulanten Bereich



Online-Check

Mediennutzungsstudie
(Zahnärzte, Zahntechniker, ZFA)



Aktivierungsleistung



360° Touchpoint-Analyse



Touchpoint-Relevanz-Check

Befragung angestellter API
im ambulanten Bereich



als Qualitätssiegel für
werbliche Zwecke

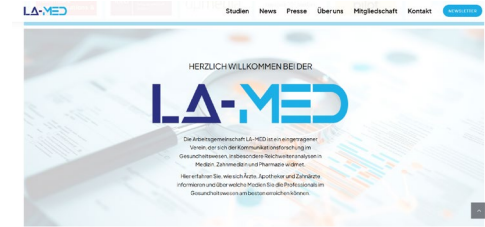
LA-MED
LA-DENT
LA-PHARM

Logos
LA-MED

Newsletter über
Markt und Medien



LA-MED
insight



Informationsplattform
über Verein, Studien
und Ergebnisse

LA-MED
Website

Services – Berichtsbände der LA-MED-Studien

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.

zusamt:

(September 2007 bis Juni 2008)

LA-MED 2008

Niedergelassene Allgemeinärzte und Internisten

Reichweite (in %) LpA		Arztgruppen	Altersgruppen			
Allgemeinärzte und Internisten		Allgemeinärzte	Internisten	bis 39 Jahre *)	40 bis 49 Jahre	50 bis 59 Jahre
Überregionale Zeitschriften						
Ärztliche Zeitung	1026	677	349	78	304	
Ärztliche Praxis	26	716	310	62	348	
Ärztliches Journal/Rat & Medizin						
Der Allgemeinmediziner		45791	19859	3959	22261	
Ärzt & Wirtschaft						
CME						
Deutsches Ärzteblatt APB-Berung						
Der Hausarzt	72,4					
Der Internist	49,9					
Der Kassenarzt	39,9					
Der Kassenarzt	40,4					
Medical Tribune	69,1	61,8	42,9	55,5	64,1	67,8
MMW - Fortschritt der Medizin	44,2	42,3	40,6	45,5	44,5	41,7
Der niedergelassene Arzt	47,8	51,7	38,6	38,8	44,0	45,9
Hof & Hausarztmedizin	45,5	50,9	33,2	39,2	46,4	46,0
Praxis-Deutsche	35,9	36,5	34,5	27,2	34,8	37,3

*) Teilzahl der Teilgruppe ist <10 Fälle; bei Ergebnissen mit <10 Fällen sind die Zahlenwerte beschränkt (z.B. 67)

*) Jährliche Durchlaufzeit der Zeitschriften von 14 Tagen auf monatlich verändert. Folgende Werte sind bei 14 Tagen.

Dies kann einen Einfluss auf die Reichweitenberechnung gehabt haben. (Siehe hierzu S. 93) „Reichweite Zeitschriften“

Arztgruppenstudie LA-MED, Kommunikation und Marketing im Gesundheitswesen 4. V. 19. Oktober 2008

2

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.



geprüft API-Studie 2025



geprüft Facharzt-Studie 2026



geprüft LA-PHARM 2024



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