

FACHARZT- STUDIE 2026

Eine Untersuchung der LA-MED zur
Nutzung ärztlicher Fachmedien

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

LA-MED



EDITORIAL

Die LA-MED Facharzt-Studie 2026 liefert regelmäßig aktuelle Daten über das Lese- und Informationsverhalten von Fachärzten in Klinik und Praxis.

Auch die Facharzt-Studie vom 19. August 2026 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 2026 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 unserer Generalsekretärin der Arbeitsgemeinschaft Vera Richter. (LA-MED@LA-MED.de, Telefon: 04621 3929947)

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

Arbeitsgemeinschaft LA-MED
Kommunikationsforschung im
Gesundheitswesen e.V.

Vorstand und Generalsekretärin

August 2026

LA-MED

Arbeitsgemeinschaft LA-MED
Kommunikationsforschung im
Gesundheitswesen e.V.

Generalsekretariat

Vera Richter
Holmblick 10
24857 Fehrdorf
Telefon: 04621 3929947
E-Mail: LA-MED@LA-MED.de
www.LA-MED.de

Gestaltung und Produktion

GRAFIK & SATZ **DAMIANOF GMBH**

Grafik & Satz Damianof GmbH
Schulstraße 17
71254 Ditzingen
www.grafikundsatz.de

DIE ERSTELLUNG DIESER BROSCHÜRE WURDE UNTERSTÜTZT VON



MedTriX Group



dpmedia.



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 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 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.

INHALT

Die Ergebnisse 2026 – Reichweiten- daten 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 Medien-nutzungsverhalten 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.

Touchpoint Relevanz-Check	06
Aktivierungsleistung	08
Dermatologen	10
Gynäkologen	12
HNO-Ärzte	14
Internisten	16
Ärzte für Nervenheilkunde, Neurologen, Psychiater	18
Orthopäden/Unfallchirurgen	20
Pädiater	22
Urologen	24
Kliniker	26

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 2026

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

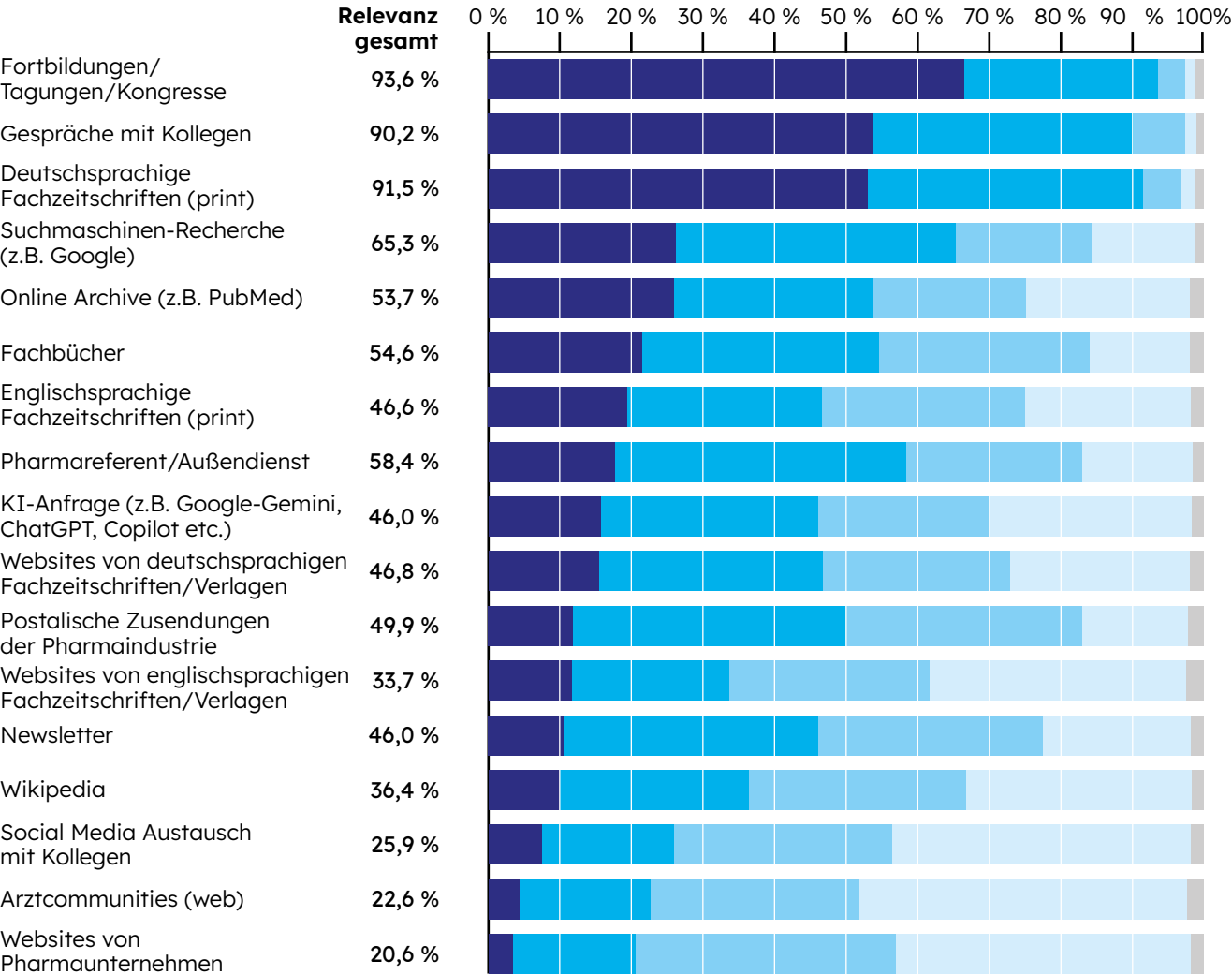
Um aus diesem Angebot an Kommunikationsmitteln gezielt die jeweils passenden Touchpoints zusammenstellen zu können, braucht es Know-how über ihr Zusammenspiel: Welche Informationsquellen spielen für den Arzt wann eine Rolle? Gibt es – je nach Alltagssituation – Unterschiede in der Relevanz?

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.

ERGEBNISSE: RELEVANZ VON TOUCHPOINTS

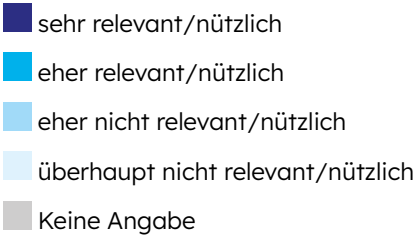
Relevanz von Touchpoints bei neuen medikamentösen Therapieoptionen



LA-MED Touchpoint Relevanz-Check 2026

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: 102.354 (Niedergelassene und Chef- und Oberärzte, 8 Fachgruppen, BRD), Fälle erhoben: 2.263



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 online 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 Facharzt-Studie 2026

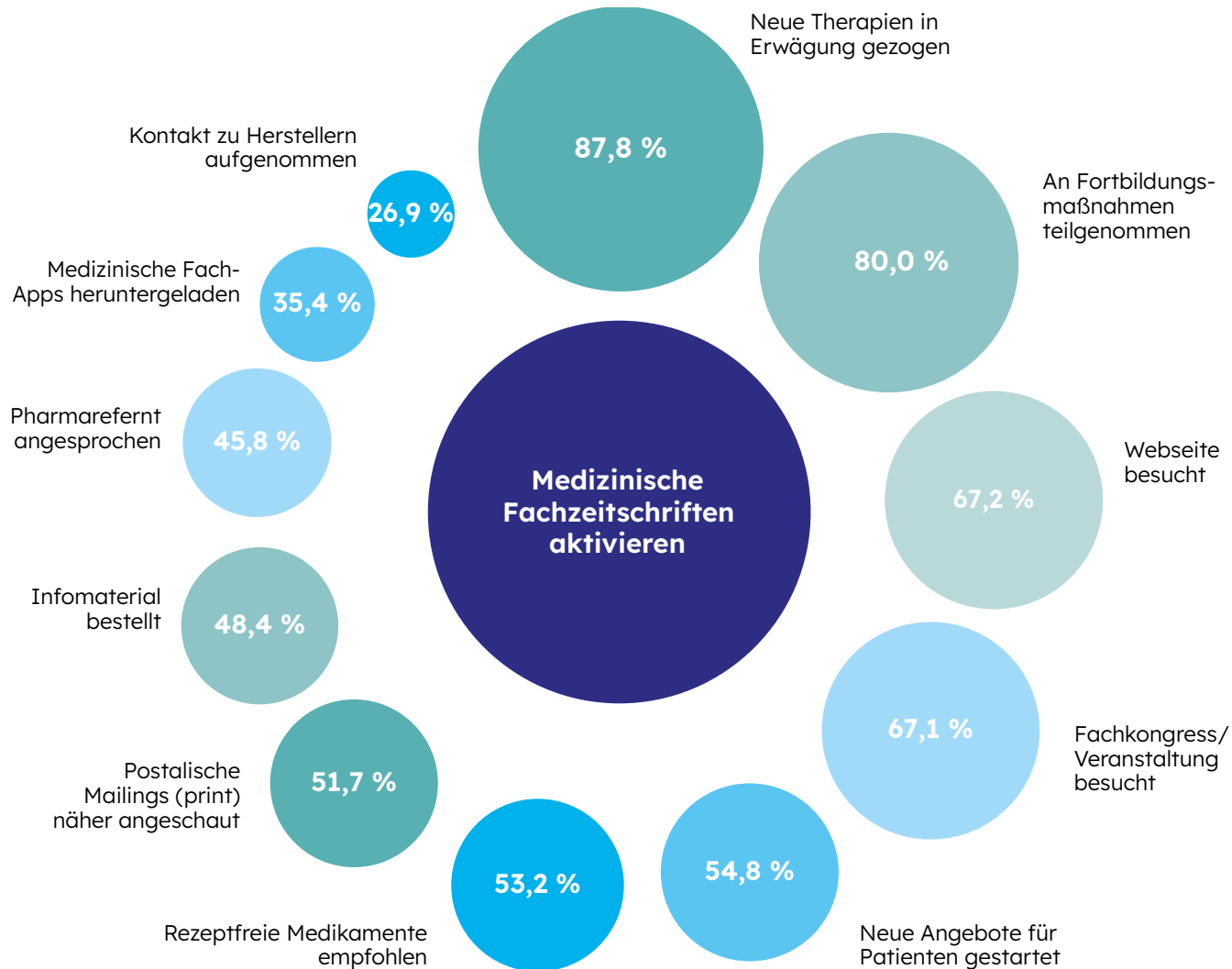
- belegt eindeutig: Medizinische Fachzeitschriften aktivieren nachweislich und konstant ihre Leser.
- unterstreicht das crossmediale Aktivierungspotenzial medizinischer Fachzeitschriften im Marketing-Mix.

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 Facharzt-Studie 2026

- belegt eindeutig: Medizinische Fachzeitschriften aktivieren nachweislich ihre Leser.
- bestätigt: Lektüre in Fachzeitschriften regt Hausärzte 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: 102.354 (Niedergelassene und Chef- und Oberärzte, 8 Fachgruppen, BRD), Fälle erhoben: 2.263

DERMATOLOGEN

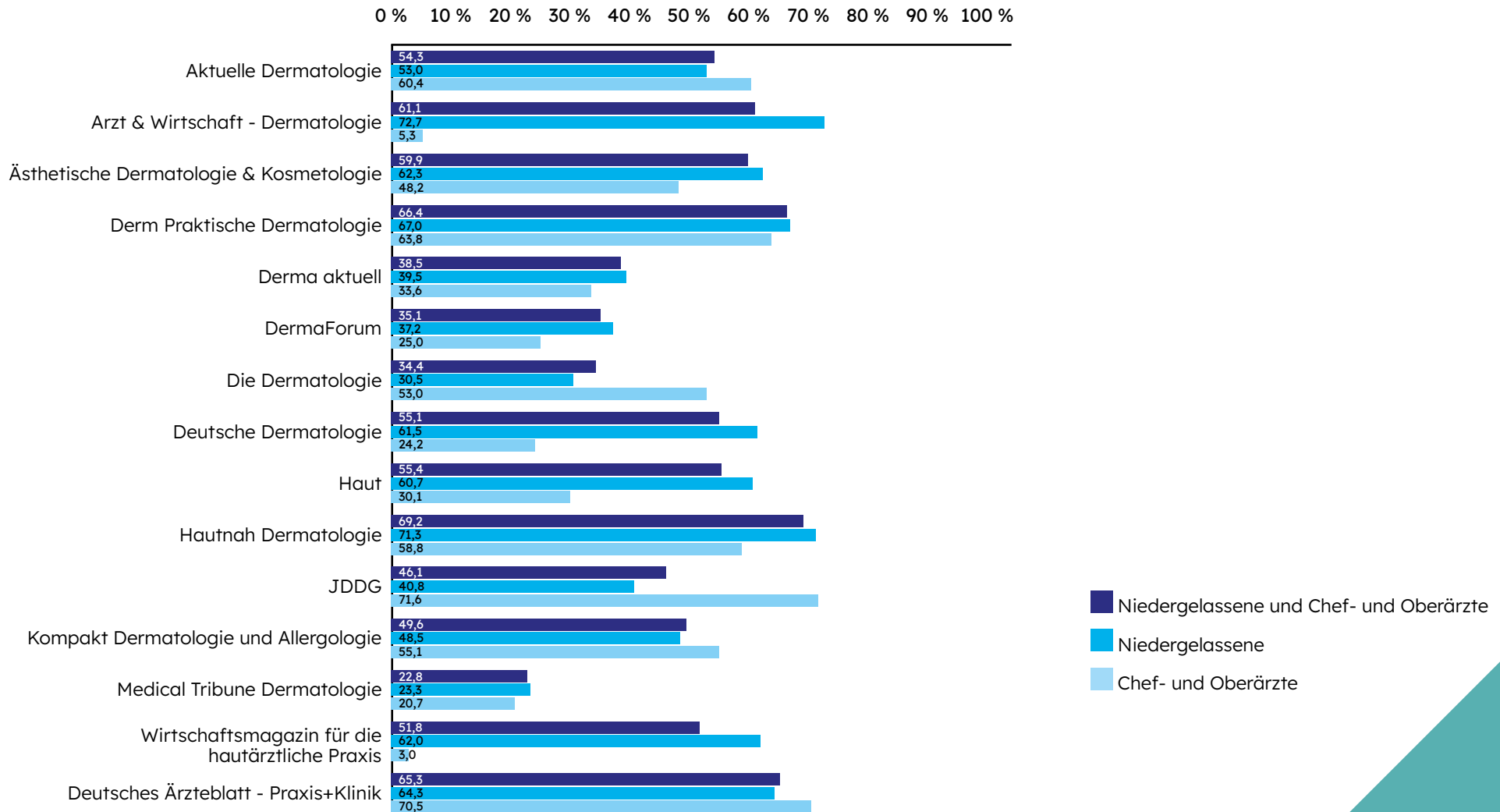
Die Titel im Überblick

Titel	Verlag	IVW-geprüft	Verbreitete Auflage*	Erscheinungsweise
Aktuelle Dermatologie	Georg Thieme Verlag	ja	4.186	10 x jährlich
Arzt & Wirtschaft Dermatologie	MedTriX	ja	3.310	2-monatlich
Ästhetische Dermatologie & Kosmetologie	Springer Medizin Verlag	ja	4.103	2-monatlich
Derm Praktische Dermatologie	OmniMed Verlagsgesellschaft	ja	6.067	2-monatlich
Derma aktuell	mgo fachverlage	ja	6.164	2-monatlich
DermaForum	mgo fachverlage	ja	6.048	2-monatlich
Die Dermatologie	Springer Medizin Verlag	ja	1.366	monatlich
Deutsche Dermatologie	Springer Medizin Verlag	ja	4.520	monatlich
Haut	WPV. Wirtschafts- und Praxisverlag	ja	5.130	2-monatlich
Hautnah Dermatologie	Springer Medizin Verlag	ja	4.965	2-monatlich
JDDG Journal der Deutschen Dermatologischen Gesellschaft	Wiley-VCH	ja	3.117	monatlich
Kompakt Dermatologie und Allergologie	Biermann Verlag	ja	6.169	2-monatlich
Medical Tribune Dermatologie	MedTriX	ja	6.197	2-monatlich
Wirtschaftsmagazin für die hautärztliche Praxis	WPV. Wirtschafts- und Praxisverlag	ja	3.800	2-monatlich
Deutsches Ärzteblatt – Praxis + Klinik	Deutscher Ärzteverlag	ja	4.470	14-täglich

* Durchschnittlich verbreitete Auflage an Ärzte mit Facharztanerkennung (1.7.2025 – 30.6.2026) laut Erklärungen der Verlage.

DERMATOLOGEN

Ergebnisse: Leser pro Ausgabe (LpA)



Grundgesamtheit: 3.977 / Fälle erhoben: 306 / Feldzeit: 09/25-06/26

GYNÄKOLOGEN

Die Titel im Überblick

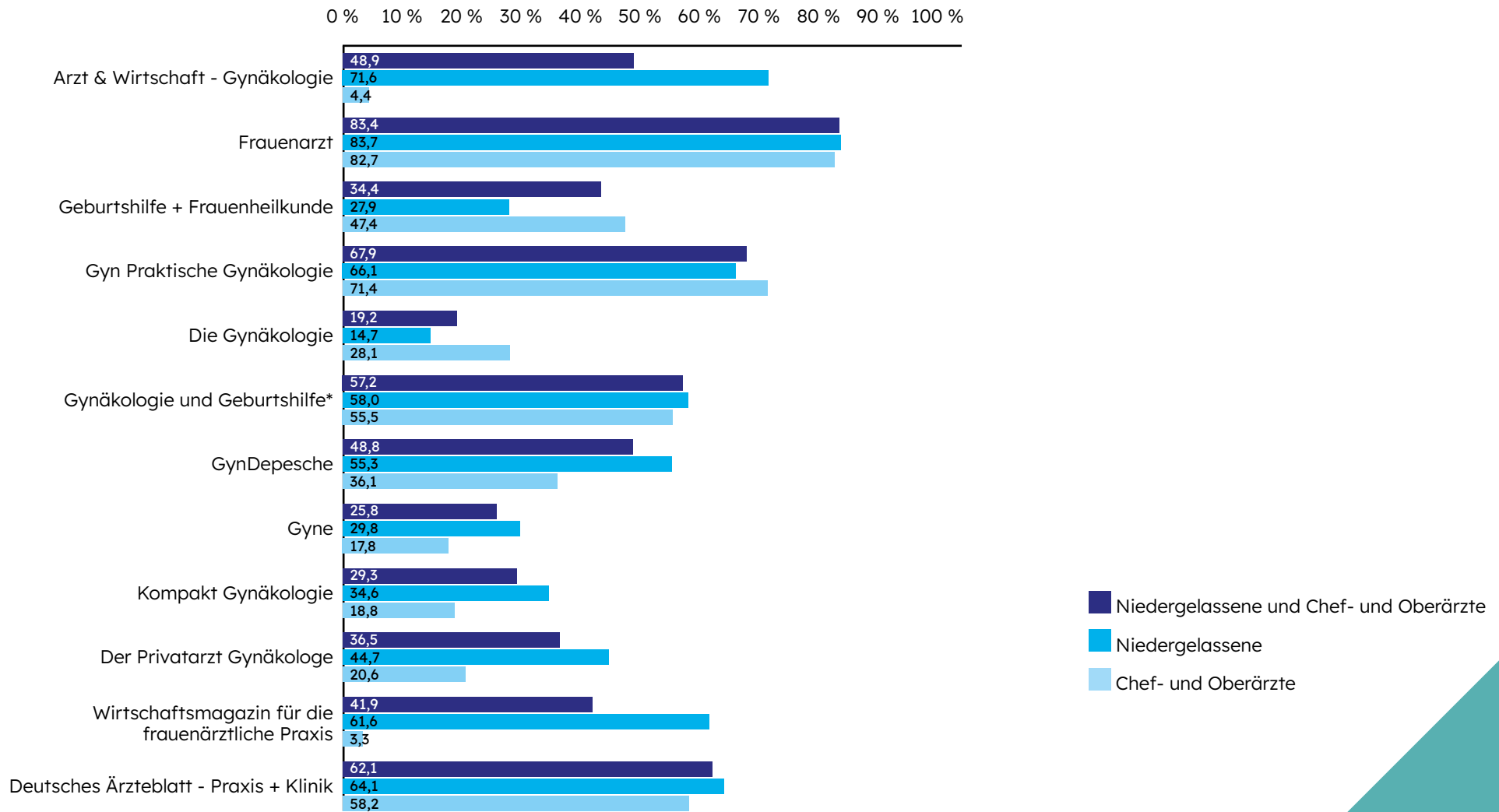
Titel	Verlag	IVW-geprüft	Verbreitete Auflage*	Erscheinungsweise
Arzt & Wirtschaft Gynäkologie	MedTriX	ja	8.360	2-monatlich
Frauenarzt	mgo fachverlage	ja	21.265	monatlich
Geburtshilfe + Frauenheilkunde	Georg Thieme Verlag	ja	5.063	monatlich
Gyn Praktische Gynäkologie	OmniMed Verlagsgesellschaft	ja	17.171	2-monatlich
Die Gynäkologie	Springer Medizin Verlag	ja	2.244	monatlich
Gynäkologie + Geburtshilfe	Springer Medizin Verlag	ja	11.824	2-monatlich
GynDepesche	HCP Publishing Group	ja	8.270	2-monatlich
Gyne	mgo fachverlage	ja	9.347	2-monatlich
Kompakt Gynäkologie	Biermann Verlag	ja	7.579	2-monatlich
Der Privatarzt Gynäkologie	MiM Verlagsgesellschaft	ja	11.591	2-monatlich
Wirtschaftsmagazin für die frauenärztliche Praxis	WPV. Wirtschafts- und Praxisverlag	ja	9.540	2-monatlich
Deutsches Ärzteblatt – Praxis + Klinik	Deutscher Ärzteverlag	ja	13.992	14-täglich

* Durchschnittlich verbreitete Auflage an Ärzte mit Facharztanerkennung (1.7.2025 – 30.6.2026) laut Erklärungen der Verlage.



GYNÄKOLOGEN

Ergebnisse: Leser pro Ausgabe (LpA)



Grundgesamtheit: 12.811 / Fälle erhoben: 295 / Feldzeit: 09/25-06/26

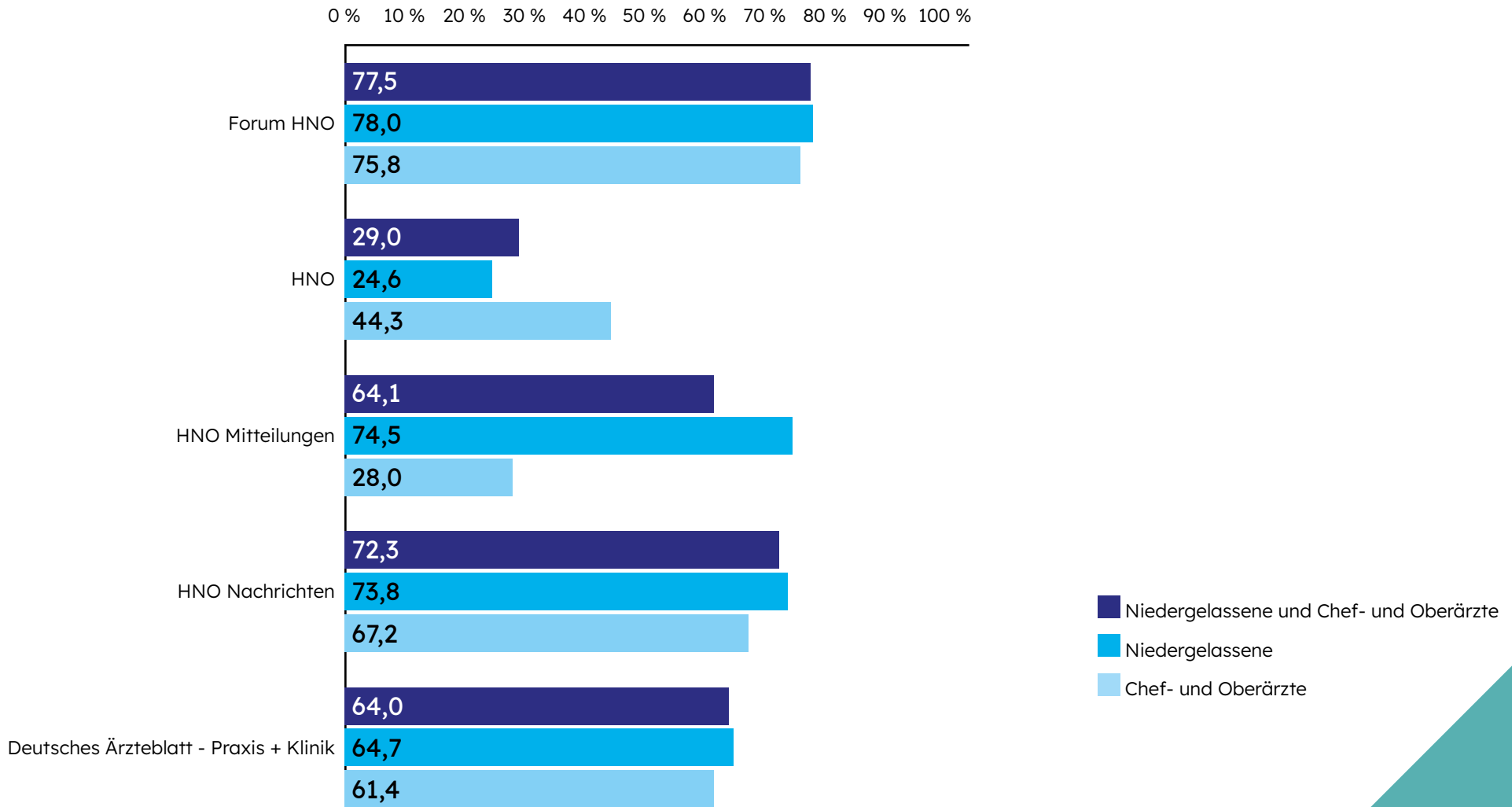
* Im Erhebungszeitraum wurde eine zusätzliche Sonderausgabe herausgegeben; dies kann einen Einfluss auf die Reichweitenermittlung gehabt haben.

Die Titel im Überblick

Titel	Verlag	IVW-geprüft	Verbreitete Auflage*	Erscheinungsweise
Forum HNO	Omnimed Verlagsgesellschaft	ja	6.059	2-monatlich
HNO	Springer Medizin Verlag	ja	784	monatlich
HNO Mitteilungen	Deutscher Ärzteverlag	ja	4.876	2-monatlich
HNO Nachrichten	Springer Medizin Verlag	ja	4.995	2-monatlich
Deutsches Ärzteblatt – Praxis + Klinik	Deutscher Ärzteverlag	ja	5.112	14-täglich

* Durchschnittlich verbreitete Auflage an Ärzte mit Facharztanerkennung (1.7.2025 – 30.6.2026) laut Erklärungen der Verlage.

Ergebnisse: Leser pro Ausgabe (LpA)



Grundgesamtheit: 4.491 / Fälle erhoben: 239 / Feldzeit: 09/25-06/26

INTERNISTEN

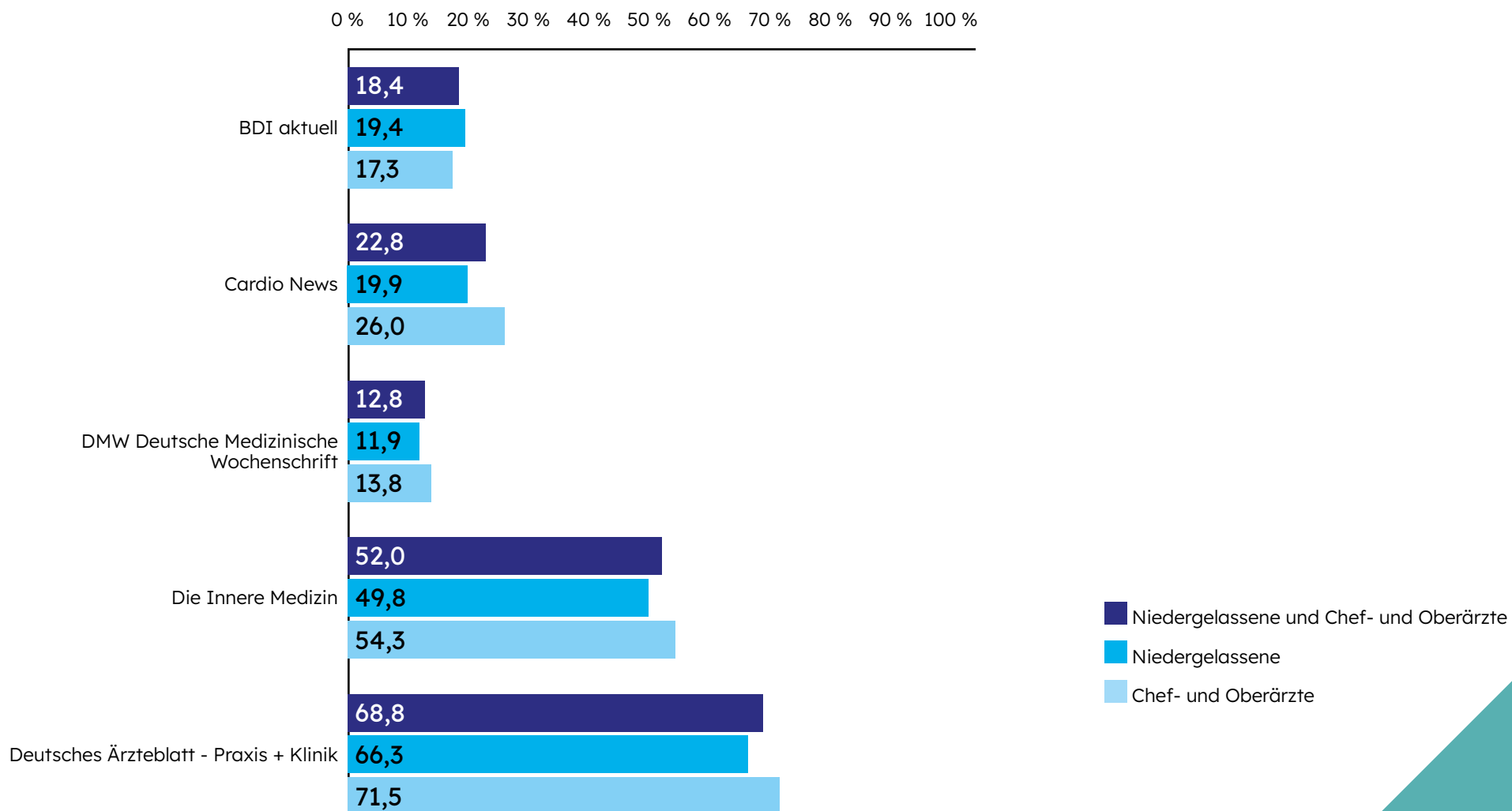
Die Titel im Überblick

Titel	Verlag	IVW-geprüft	Verbreitete Auflage*	Erscheinungsweise
BDI aktuell	Springer Medizin Verlag	ja	15.825	monatlich
Cardio News	Springer Medizin Verlag	ja	24.297	8 x jährlich
DMW Deutsche Medizinische Wochenschrift	Georg Thieme Verlag	ja	2.361	14-täglich
Die Innere Medizin	Springer Medizin Verlag	ja	39.040	monatlich
Deutsches Ärzteblatt – Praxis + Klinik	Deutscher Ärzteverlag	ja	27.801	14-täglich

* Durchschnittlich verbreitete Auflage an Ärzte mit Facharztanerkennung (1.7.2025 – 30.6.2026) laut Erklärungen der Verlage.

INTERNISTEN

Ergebnisse: Leser pro Ausgabe (LpA)



Grundgesamtheit: 38.096 / Fälle erhoben: 246 / Feldzeit: 09/25-06/26

ÄRZTE FÜR NERVENHEILKUNDE, NEUROLOGEN, PSYCHATER

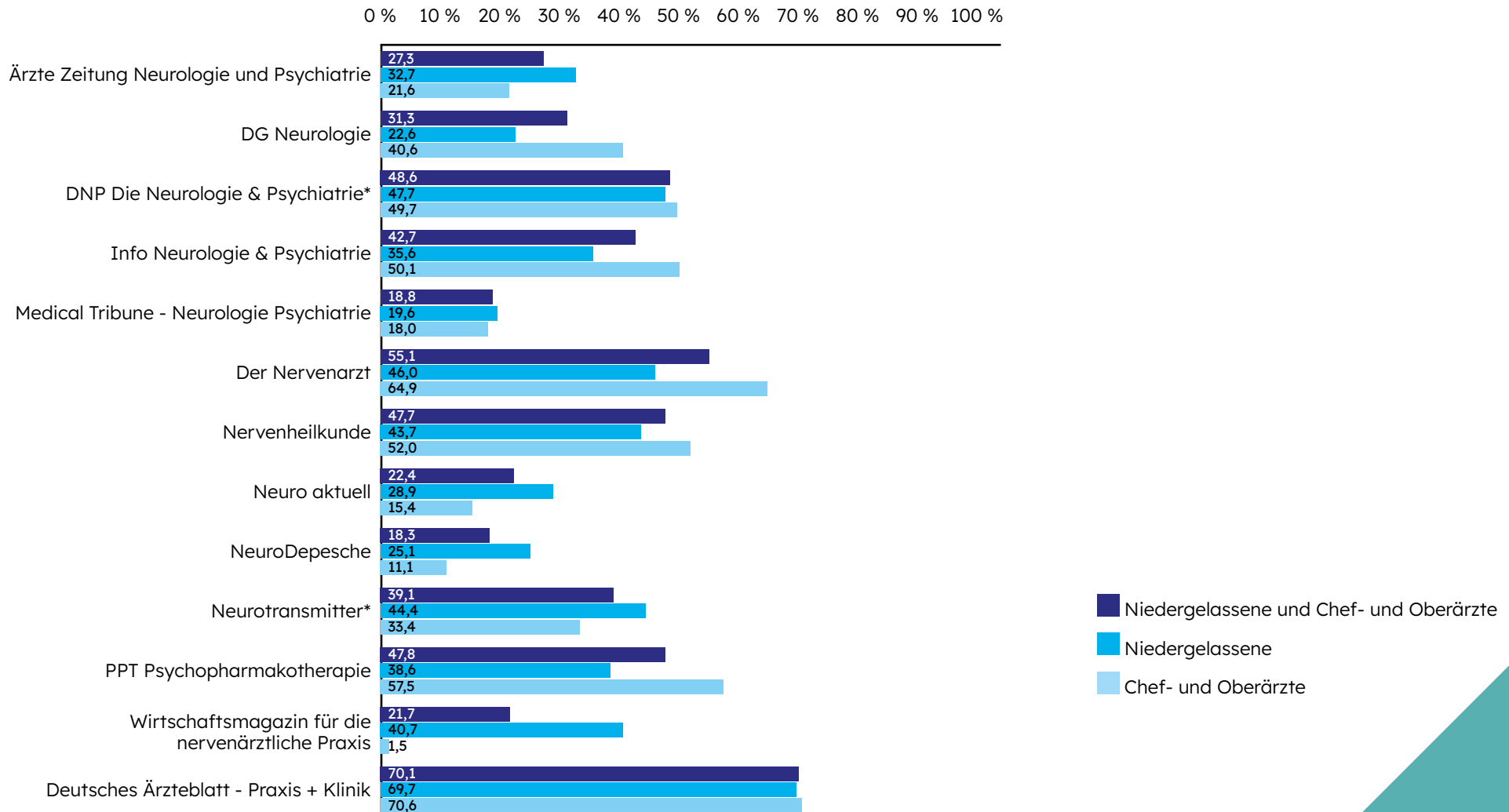
Die Titel im Überblick

Titel	Verlag	IVW-geprüft	Verbreitete Auflage*	Erscheinungsweise
Ärzte Zeitung Neurologie und Psychiatrie	Springer Medizin Verlag	ja	5.633	2-monatlich
DGNeurologie	Springer Medizin Verlag	ja	11.001	8 x jährlich
DNP Die Neurologie & Psychiatrie	Springer Medizin Verlag	ja	10.742	2-monatlich
Info Neurologie & Psychiatrie	Springer Medizin Verlag	ja	13.534	monatlich
Medical Tribune Neurologie • Psychiatrie	MedTriX	ja	11.875	2-monatlich
Der Nervenarzt	Springer Medizin Verlag	ja	14.258	2-monatlich
Nervenheilkunde	Georg Thieme Verlag	ja	14.836	10 x jährlich
Neuro Aktuell	mgo fachverlage	ja	9.285	monatlich
NeuroDepesche	HCP Publishing Group	ja	4.455	8 x jährlich
Neurotransmitter	Springer Medizin Verlag	ja	10.678	2-monatlich
PPT Psychopharmakotherapie	Wissenschaftliche Verlagsgesellschaft	ja	10.864	2-monatlich
Wirtschaftsmagazin für die nervenärztliche Praxis	WPV. Wirtschafts- und Praxisverlag	ja	7.400	2-monatlich
Deutsches Ärzteblatt – Praxis + Klinik	Deutscher Ärzteverlag	ja	11.483	14-tägig

* Durchschnittlich verbreitete Auflage an Ärzte mit Facharztanerkennung (1.7.2025 – 30.6.2026) laut Erklärungen der Verlage.

ÄRZTE FÜR NERVENHEILKUNDE, NEUROLOGEN, PSYCHATER

Ergebnisse: Leser pro Ausgabe (LpA)



Grundgesamtheit: 15.994 / Fälle erhoben: 275 / Feldzeit: 09/25-06/26

* Im Erhebungszeitraum wurde eine zusätzliche Sonderausgabe herausgegeben; dies kann einen Einfluss auf die Reichweitenermittlung gehabt haben.

ORTHOPÄDEN/UNFALLCHIRURGEN

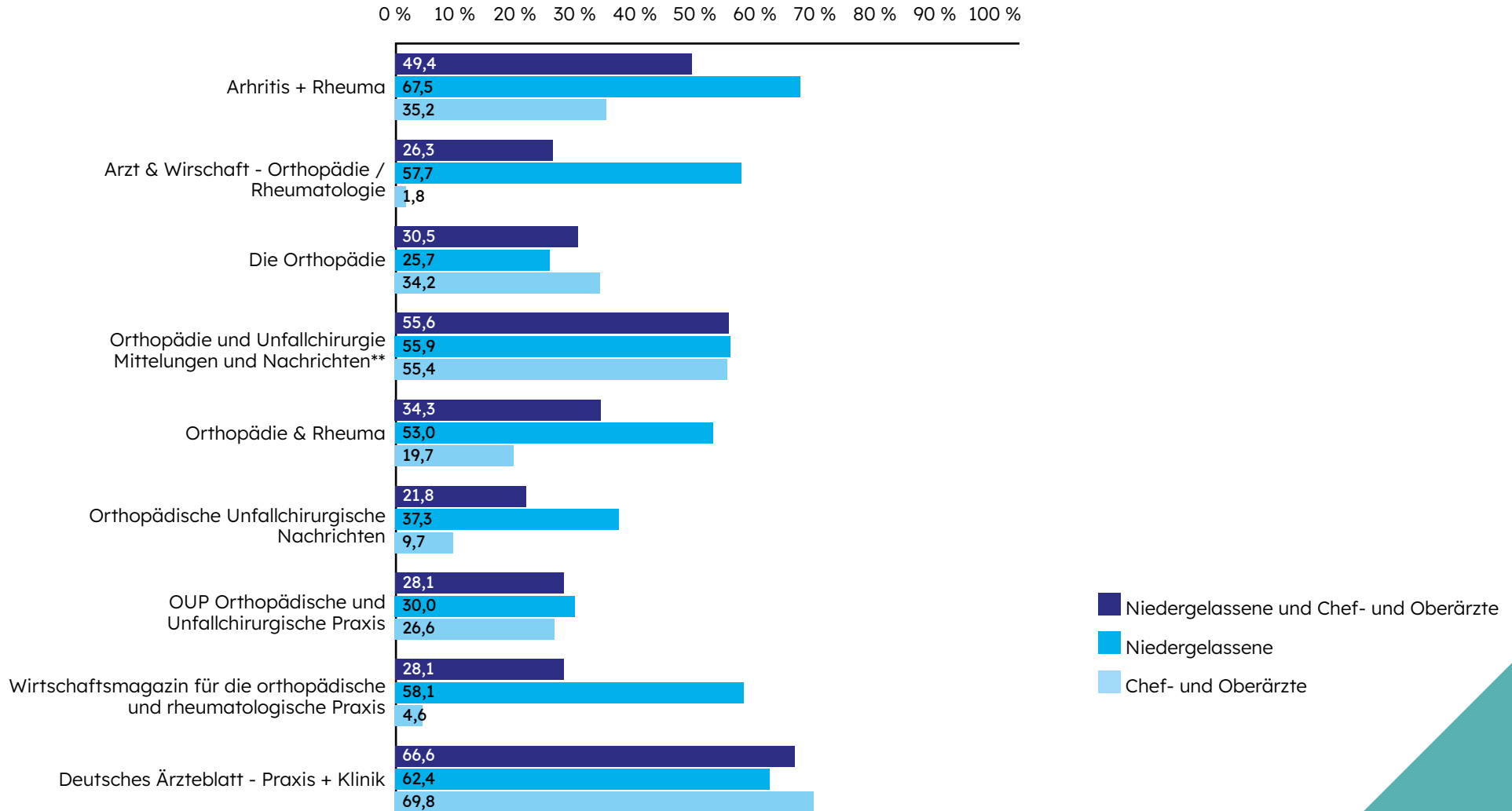
Die Titel im Überblick

Titel	Verlag	IVW-geprüft	Verbreitete Auflage*	Erscheinungsweise
Arthritis + Rheuma	Georg Thieme Verlag	ja	8.154	2-monatlich
Arzt & Wirtschaft Orthopädie/Rheumatologie	MedTriX	ja	6.058	2-monatlich
Die Orthopädie	Springer Medizin Verlag	ja	2.002	monatlich
Orthopädie und Unfallchirurgie Mitteilungen und Nachrichten	Springer Medizin Verlag	ja	14.415	2-monatlich
Orthopädie & Rheuma	Springer Medizin Verlag	ja	6.810	2-monatlich
Orthopädische • Unfallchirurgische Nachrichten	Biermann Verlag	ja	6.094	7 x jährlich
OUP Orthopädische und Unfallchirurgische Praxis	Deutscher Ärzteverlag	ja	5.748	2-monatlich
Wirtschaftsmagazin für die orthopädische und rheumatologische Praxis	WPV. Wirtschafts- und Praxisverlag	ja	7.020	2-monatlich
Deutsches Ärzteblatt – Praxis + Klinik	Deutscher Ärzteverlag	ja	13.156	14-täglich

* Durchschnittlich verbreitete Auflage an Ärzte mit Facharztanerkennung (1.7.2025 – 30.6.2026) laut Erklärungen der Verlage.

ORTHOPÄDEN/UNFALLCHIRURGEN

Ergebnisse: Leser pro Ausgabe (LpA)



Grundgesamtheit: 13.376 / Fälle erhoben: 259 / Feldzeit: 09/25-06/26

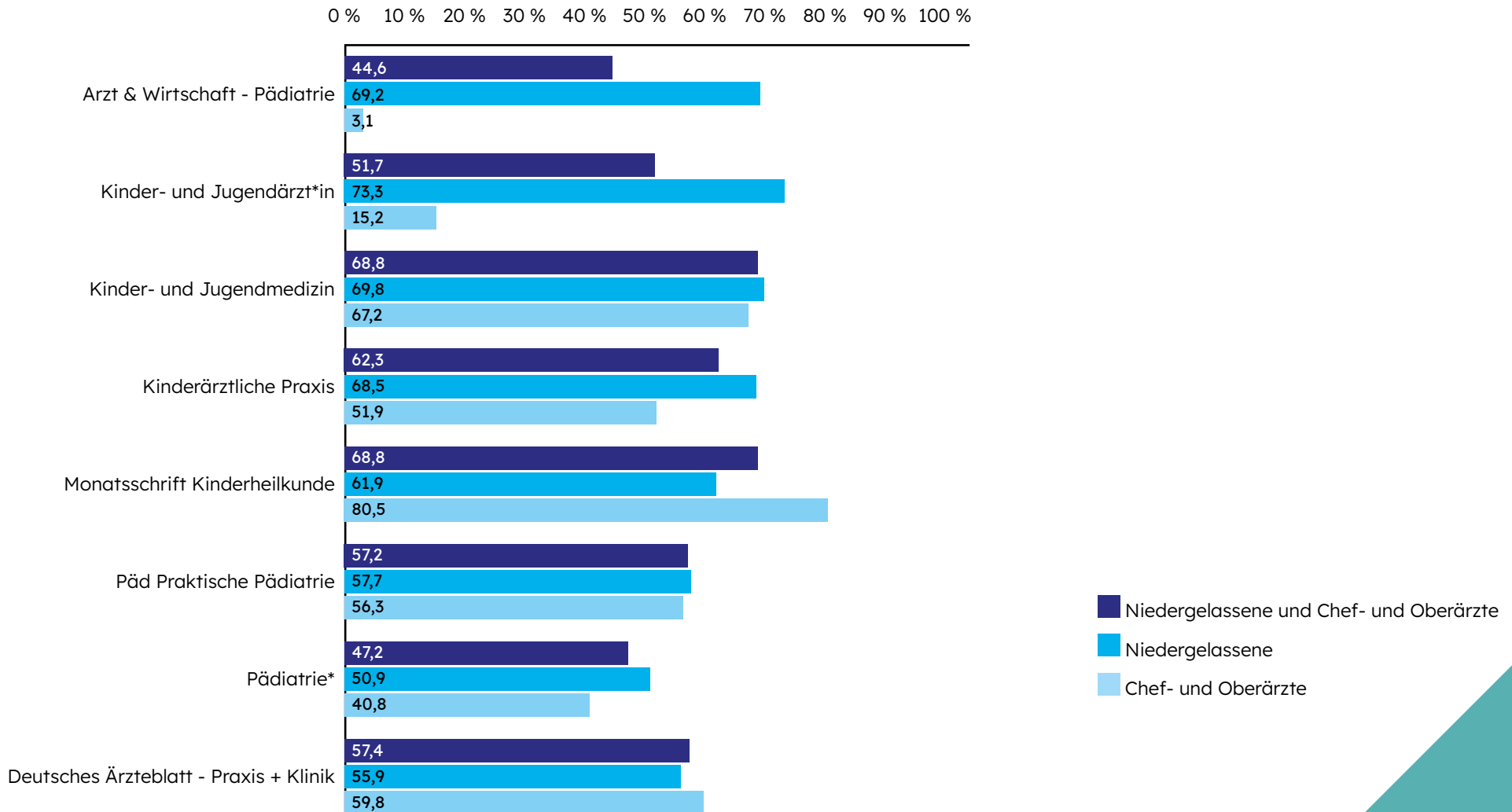
** Wegen technischer Mängel musste die Ausgabe 1/2026 doppelt ausgeliefert werden; dies kann einen Einfluss auf die Reichweitenermittlung gehabt haben.

Die Titel im Überblick

Titel	Verlag	IVW-geprüft	Verbreitete Auflage*	Erscheinungsweise
Arzt & Wirtschaft Pädiatrie	MedTriX	ja	5.461	2-monatlich
Kinder- und Jugendärzt*in	Hansisches Verlagskontor	ja	9.161	monatlich
Kinder- und Jugendmedizin	Georg Thieme Verlag	ja	9.032	2-monatlich
Kinderärztliche Praxis	MedTriX	ja	8.269	2-monatlich
Monatsschrift Kinderheilkunde	Springer Medizin Verlag	ja	18.695	monatlich
Päd Praktische Pädiatrie	OmniMed Verlagsgesellschaft	ja	11.551	2-monatlich
Pädiatrie	Springer Medizin Verlag	ja	9.202	2-monatlich
Deutsches Ärzteblatt – Praxis + Klinik	Deutscher Ärzteverlag	ja	13.048	14-täglich

* Durchschnittlich verbreitete Auflage an Ärzte mit Facharztanerkennung (1.7.2025 – 30.6.2026) laut Erklärungen der Verlage.

Ergebnisse: Leser pro Ausgabe (LpA)



Grundgesamtheit: 9.055 / Fälle erhoben: 389 / Feldzeit: 09/25-06/26

* Im Erhebungszeitraum wurde eine zusätzliche Sonderausgabe herausgegeben; dies kann einen Einfluss auf die Reichweitenermittlung gehabt haben.

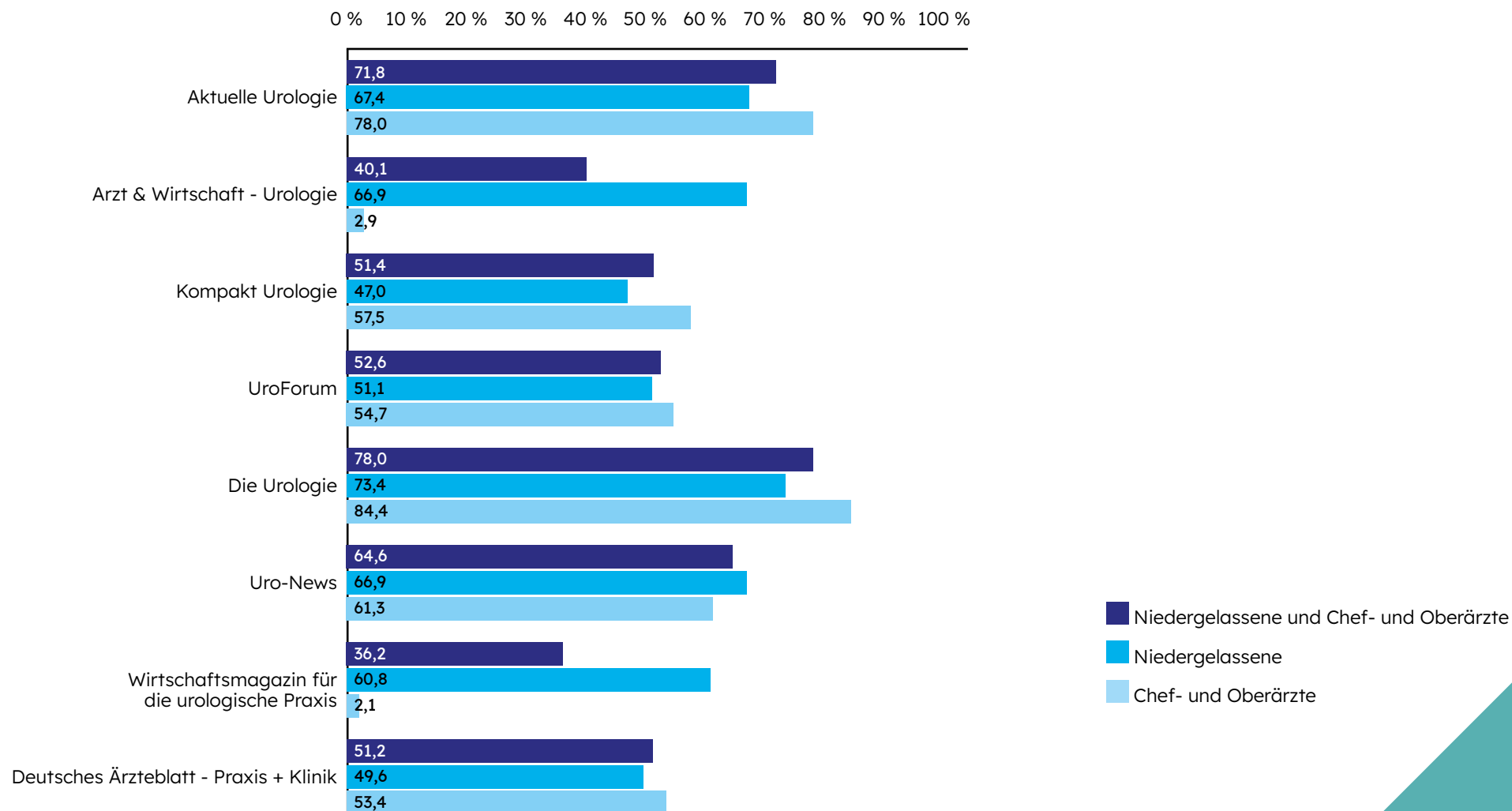
Die Titel im Überblick

Titel	Verlag	IVW-geprüft	Verbreitete Auflage*	Erscheinungsweise
Aktuelle Urologie	Georg Thieme Verlag	ja	4.845	2-monatlich
Arzt & Wirtschaft Urologie	MedTriX	ja	2.593	2-monatlich
Kompakt Urologie	Biermann Verlag	ja	5.681	2-monatlich
UroForum	mgo fachverlage	ja	5.634	10 x jährlich
Die Urologie	Springer Medizin Verlag	ja	7.969	monatlich
Uro-News	Springer Medizin Verlag	ja	4.778	monatlich
Wirtschaftsmagazin für die urologische Praxis	WPV. Wirtschafts- und Praxisverlag	ja	2.940	2-monatlich
Deutsches Ärzteblatt – Praxis + Klinik	Deutscher Ärzteverlag	ja	5.558	14-täglich

* Durchschnittlich verbreitete Auflage an Ärzte mit Facharztanerkennung (1.7.2025 – 30.6.2026) laut Erklärungen der Verlage.

UROLOGEN

Ergebnisse: Leser pro Ausgabe (LpA)

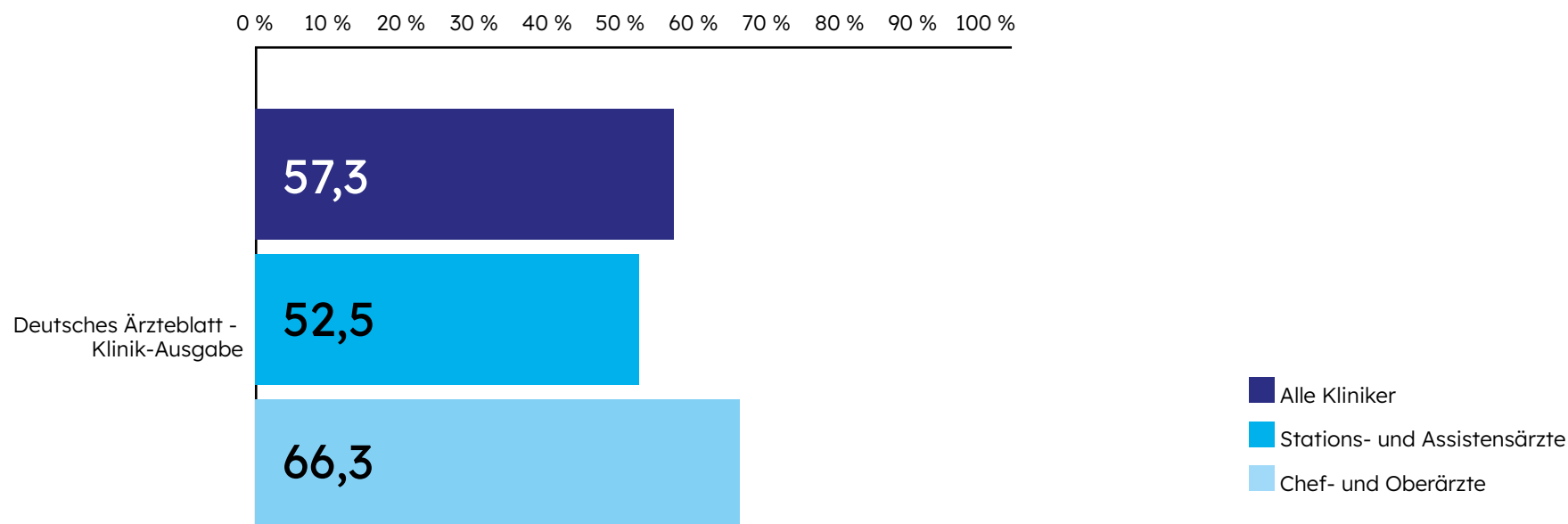


Grundgesamtheit: 4.554 / Fälle erhoben: 254 / Feldzeit: 09/25-06/26

Die Titel im Überblick

Titel	Verlag	IVW-geprüft	Verbreitete Auflage*	Erscheinungsweise
Deutsches Ärzteblatt – Klinik-Ausgabe	Deutscher Ärzteverlag	ja	181.894	14-täglich

Ergebnisse: Leser pro Ausgabe (LpA)



Grundgesamtheit: 217.724 / Fälle erhoben: 303 / Feldzeit: 09/25–06/26

* Durchschnittlich verbreitete Auflage an Ärzte mit Facharztanerkennung (1.7.2025 – 30.6.2026) laut Erklärungen der Verlage.

DIE MITGLIEDER DER ARBEITSGEMEINSCHAFT LA-MED

Agenturen

- 21up
- 720 Health Media
- AIDGENCY
- Connaid
- cyperfection
- DocCheck planning
- dpmedia
- dpmed
- Dr. Kaske
- Edelman
- eickhoff kommunikation
- EssenceMediacom Germany
- FleishmanHillard Germany
- Havas Media Germany
- Initiative Media
- Jäger Health
- komm.passion
- Liakou Consulting
- m:werk
- Mediaplus Germany
- med publico
- MWO Health
- Omnicom Media Group Germany
- PATH
- PEIX Health
- pilot
- SK2 Solutions
- Syneos Health Communication
- TERRITORY
- Universal McCann
- WAVEMAKER
- WEFRA LIFE Media
- WPP Media Germany
- Zenith Media

Industrie

- AdVision digital
- Bayer Vital
- Berlin Chemie
- direkt + online
- Dr. Falk Pharma
- Dr. Willmar Schwabe
- FaktenSchmied
- Grünenthal
- Lilly Deutschland
- MSD Sharp & Dohme
- onkowissen.de
- Sanofi-Aventis Deutschland
- SERVIER Deutschland

Verlage

- Avoxa – Mediengruppe
Deutscher Apotheker
- Biermann Verlag
- Deutscher Ärzteverlag
- Deutscher Apotheker Verlag
- esanum
- Georg Thieme Verlag
- Hansisches Verlagskontor
- MEDSCAPE
- MedTriX
- mgo fachverlage
- MiM Verlagsgesellschaft
- mm medizin+medien Verlag
- Omnimed Verlagsgesellschaft
- ROTE LISTE Service Gesellschaft
- Springer Medizin Verlag
- TRILLIUM Medizinischer Fachverlag
- Umschau Zeitschriftenverlag
- UNIVERSIMED
- Wiley-VCH
- Wort & Bild Verlag Konradshöhe
- 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 in Zählprogrammen 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 3929947)