Mediennutzung & Informationsverhalten

niedergelassener Internisten & Allgemeinmediziner (APIs) in Deutschland

Ein Projekt der Infothek GmbH und des PM-Reports in Kooperation mit OmniaMed GmbH (ehemals Pri-Med Deutschland GmbH)

Optimierung von Kommunikationskonzepten

Die Notwendigkeit der Optimierung von Kommunikationskonzepten zwischen Pharmaindustrie und niedergelassenen Ärzten ist nicht zuletzt wegen vieler gesundheitspolitischer Veränderungen in den letzten Jahren in den Hintergrund getreten. Viele Annahmen über das Nutzungs- und Informationsverhalten von verschiedensten Kommunikationskanälen, sowie die – aus unserer Sicht – Überbetonung der Informationsbeschaffung via Internet und darin integriert Social Media machen die Runde. Viele Konzepte präferieren dann wieder die nicht ganz neue Idee, eine umfassende Vernetzung der unterschiedlichen Kommunikationskanäle anzustreben.

Aber wie verhalten sich Ärzte bzw. unterschiedliche Arztsegmente derzeit tatsächlich?

Über welche Kommunikationskanäle kann man niedergelassene Ärzte am wahrscheinlichsten erreichen, wie unterscheidet sich das Heute von Morgen und wie viel Zeit (Hypothese: Informationsmedien, auf die viel Zeit verwendet wird, sind für den Nutzer sehr wichtig und verhaltensrelevant) verbringt ein Arzt überhaupt mit der Nutzung der verschiedenen Informationsalternativen.

Die Initiatoren dieser Studie wollen Informationen über die Nutzung unterschiedlicher Kommunikationswege von niedergelassenen Ärzten (bzw. definierbarer Arztsegmente) bereitstellen, um dem Pharmamanagement eine fundierte **Basis für die Optimierung des Marketingbudgets** zu liefern. Die Ergebnisanalyse trägt dazu bei, dass die **wichtigsten Kommunikationsinhalte** mit hoher Wahrscheinlichkeit die angestrebte Zielgruppe erreicht, weil Kommunikationspläne und Budgetstrukturen optimiert werden können.

Stichprobe

Befragt wurden 1.710 Ärzte. In die Auswertung werden ausschließlich niedergelassene Praktiker, Allgemeinmediziner und Internisten einbezogen. Die Befragung hat im September 2011 begonnen und lief bis Juli 2012.

Die Stichprobe ist als repräsentativ anzusehen hinsichtlich

- **Facharztrichtung**
- **Praxisgröße**
- **Geschlecht**
- **Praxisform und**
- **Altersgruppen**

Geringe Abweichungen gegenüber der KV-Statistik können (wenn ein Kunde dies wünscht) durch eine marktforschungsübliche Gewichtung ausgeglichen werden.

Erhebungsmethode & Ergebnislieferung

Erhebungsinstrument war ein mehrfach getesteter Fragebogen. Die Befragung fand im Rahmen von 18 Veranstaltungen der OmniaMed GmbH (ehemals Pri-Med GmbH) statt. Die Ausschöpfung (Responserate auf die jeweilige Anzahl der Teilnehmer bezogen) lag pro Veranstaltung bei über 50 %.

Studienergebnisse und Berichtsband sind Ende Oktober 2012 verfügbar.

Themen / Fragenschwerpunkte

- **Wichtige Informationsquellen für Diagnostik / Therapie bzw. wirtschaftliche Praxisführung (teilstrukturiert)**
- **Nutzungshäufigkeit der Informationsquellen**
- **Zunehmende / abnehmende Nutzung der Informationsquellen**
- **Wichtigste Fachzeitschriften (offene Frage)**
- **Gelesener Anteil pro Ausgabe**
- **Positionierung nach Diagnostik / Therapie, Praxisführung, Gesundheits- / Standespolitik**
- **Anzeigenerinnerung (offene Frage)**
- **Zeit pro Woche, die für die Nutzung unterschiedlicher Kommunikationswege aufgewandt wird**

Datenaufbereitung / Präsentation

Standardmäßig werden die Ergebnisse als Managementreport (Powerpoint) und in Tabellenform (Datenbank) zur Verfügung gestellt.

In den Kosten sind somit enthalten:

- **Powerpoint-Präsentation der Kernergebnisse (Graphiken mit Managementkommentar)**
- **Datenbank mit den Standardauswertungen für Gesamt, Allgemeinmediziner / Praktiker und Internisten getrennt, Praxen über / unter 1400 Scheine, Praxisform (Einzelpraxis / Gemeinschaftspraxis / sonstige) und Altersgruppen (unter 50 Jahren / 50-60 Jahre / älter), Stadt / Land**

Gegen Kostenerstattung:

- *Präsentation beim Kunden*
- *Es können spezielle Kreuztabellen zur Analyse definierbarer Zielgruppen nach Vorstellungen der Kunden zur Verfügung gestellt werden*
- *Durchführung von firmeninternen Workshops zur Entwicklung und Umsetzung zielgruppenspezifischer Kommunikationskonzepte*

Infothek
Erfolg durch richtige Entscheidungen.

Infothek GmbH
Mettnauweg 3
D-88690 Uhldingen-Mühlhofen / Bodensee

Kontakt:

Veronika Nell
T : +49 (0) 7556 / 96 68 062
F : +49 (0) 7556 / 96 68 063
M : +49 (0) 160 / 90 27 24 65
v.nell@infothek-gmbh.de

Antwortkarte

Rücksendung per Fax +49 (0) 800 / 660 547 6

oder Infothek GmbH, Mettnauweg 3, D-88690 Uhldingen-Mühlhofen am Bodensee / per E-Mail: v.nell@infothek-gmbh.de

☐ Ich habe Interesse an der Studie und wünsche weitere Informationen.

☐ Sonstiges _____

Firma: _____

Ansprechpartner: _____

Straße:

PLZ / Ort: _____

USt. Id.Nr.: _____
EU Ausland

Telefon: _____

E-Mail: _____

Datum: _____

Unterschrift: _____

© Grafik & Design: ab-vi.com Abbildungen: © Friedberg - Fotolia.com