

LESER PROFIL

2019



Die verlagseigene Studie wurde im Mai 2019 als Onlinebefragung durchgeführt. Zur Teilnahme wurden die Leser per eMail, Anzeigen- und Onlinewerbung aufgefordert. Zur Orientierung konnten die Teilnehmer auf die Ausgabe 2/19 als Heft wie als Flip-Journal zurückgreifen. An der Befragung nahmen 111 Personen teil.

Das hier ermittelte Leserprofil ist nach den Grundsätzen der Marktforschung nicht repräsentativ, da die Grundgesamtheit weder in Struktur noch in Zusammensetzung durch eine Mischung aus Quote und Zufallsauswahl bestimmt wurde.

Der Kreis aus 111 zufälligen Teilnehmern bildet dennoch die Leserstruktur exzellent ab und zeichnet ein klares Bild der Nutzer der Fachzeitschrift TechnoPharm – print wie online. Die Menge der Teilnehmer gewährleistet eine hohe Genauigkeit und lässt sichere Rückschlüsse auf die Grundgesamtheit zu.

LESERBEFRAGUNG 2019 DIE DIGITALE EVOLUTION IM LESERMARKT



Wer heute nicht disruptiv handelt, hat morgen schon verloren! Aber Vorsicht, der kernige Marketing-Sprech macht die Rechnung mitunter ohne den Kunden. Denn nur wer verstanden hat, dass Informationsbeschaffung eine Evolution ist, holt Interessenten auch dort ab, wo sie stehen.



empfehlen TechnoPharm weiter!
Vielen Dank an unsere treuen Leser!

Für Fachinformationen lautet die einfache Erfolgsformel:

- Banner bei der Online-Recherche
- + Anzeigen beim Lesen im Heft
- = 100 % Präsenz beim Leser.

Intelligent in Kampagnen verknüpft ergänzen sich beide Werbeformate exzellent. Wer einen Faktor vernachlässigt, vernachlässigt auch seine Erfolgsaussichten.

Wie bei TechnoPharm-Lesern das Informationsverhalten im Detail aussieht, dem sind wir in der aktuellen Umfrage nachgegangen. Und haben für Ihre Mediaplanung die vorliegende Broschüre mit wichtigen Planungsinformationen zusammengestellt. Seien Sie gespannt.

Herzlichst

Andreas Gerth
Geschäftsführender Gesellschafter

ES IST SCHÖN, MIT SEINEN LESERN ÄLTER ZU WERDEN.

85 %

sind heute über 40 Jahre alt, 2017 waren es noch

73 %

MÄNNERDOMÄNE TECHNIK



71

:

29



*nein, kein Basketball-Ergebnis,
sondern die prozentuale Geschlechterverteilung.*

Für 80 % ist die ganze Welt
ein lukrativer
Vertriebsmarkt.





Doch, die Entscheidungen

fallen zu **89 %**

im „DACH“-Raum.

STABILE **78 %**

der Leser übernehmen Führungsaufgaben, im mittleren wie im TOP-Management. Mehr als verdoppelt hat sich dabei die Zahl der TechnoPharm-affinen Geschäftsführer,

22 %

sind das aktuell.

Kam „mit dem Älterwerden“ der Karrieresprung?

“

TechnoPharm verschafft mir einen wichtigen Branchenüberblick.

André Mang
Roche, Mannheim, Deutschland

”

WER FÜHRT,
ENTSCHEIDET AUCH.

79 %

geben an, teil des
Buying-Centers zu sein.

Deutschland ist der
VIERTGRÖSSTE

Pharmamarkt der Welt*

*BPI, Pharma-Daten 2018

55%

sind zugleich
zeichnungsberechtigt.



Sie verfügen durchschnittlich über einen
Etat in Höhe von **115.000 €!**

Vor zwei Jahren lag der Schnitt noch
bei etwa **79.000 €.**

Nachvollziehbar, bei der gestiegenen
TOP-Management-Dichte!

”

Die sehr gute
Darstellung tech-
nischer Aspekte
im Pharmabereich,
z. B. Materialien,
Steuerung... ist für
mich die größte
Stärke von
TechnoPharm.

Sabine Ehrlich
Berlin Chemie, Berlin, Deutschland

“



2020 geht TechnoPharm in den 10. Jahrgang –
eine Erfolgsgeschichte!

Dabei ist es schon etwas Besonderes, 50 %
der Leser seit Beginn an Bord zu wissen.

65 % lasen in 2017 seit mehr als
4 Jahren TechnoPharm

76 % sind es heute. Das ist Treue!

Jeder dritte Leser arbeitet sich durch drei und mehr der letzten 6 Ausgaben.

70%

nehmen das Heft dabei mehrfach zur Hand.

Und investieren in jede Ausgabe ordentlich Zeit – 37 Minuten im Durchschnitt.



Dazu passen zwei weitere Faktoren:

1. *Zwar steht selektives Lesen einzelner Fachbeiträge mit 77 % weiter hoch im Kurs, aber knapp 10 % lesen unabhängig davon das ganze Heft. Dieser Wert hat sich in den letzten zwei Jahren **verfünffacht!***

2. *Die durchschnittliche Lesezeit ist im Vergleich zu 2017 unverändert geblieben, aber die Intensivleser haben sich fast verdoppelt, von 18 % auf 34 % (Lesezeit zwischen 30 und 45 Minuten pro Ausgabe).*

DER BETRIEBLICHE UMLAUF VERDREIFACHT DIE REICHWEITE.

Jede Ausgabe liegt hochgerechnet auf etwa
32.000 Schreibtischen.



WARUM IST DAS SO?

Weil die redaktionelle Arbeit auf ganzer Breite mit

Gut

*bewertet wird.
Von der Themenauswahl über die berufliche
Relevanz bis zur Lesefreundlichkeit. Und im wissen-
schaftlichen Peer-Review zeigt sich die berufliche
Kompetenz der Autoren – das erleben auch 85 %
der Leser so.*

130.902

Beschäftigte arbeiten in der
deutschen Pharmaindustrie*

*BPI, Pharma-Daten 2018

“

*Die Kombination gedrucktes Heft (zum Lesen)
und Onlineplattform (am Bildschirm recher-
chieren) ist für mich optimal.*

”

Joachim Meyer
Richter Pharma, Wels, Österreich

14 %

vom Umsatz investiert
die Pharmaindustrie
in **FORSCHUNG UND
ENTWICKLUNG***

*BPI, Pharma-Daten 2018

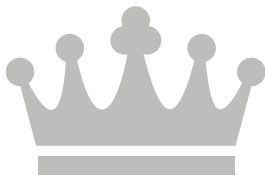
“

*TechnoPharm ist für mich Pflichtlektüre
in der Pharmabranche.*

Michael Rieth
Merk, Darmstadt, Deutschland

”

Und die Krönung:



70 %

*geben an, in TechnoPharm
Beiträge zu lesen, die sie in
anderen Fachzeitschriften nicht
finden! Das macht den Titel zu
einem festen Bestandteil im
Informationsmix, auch um
einen wichtigen Branchenüber-
blick zu erhalten.*

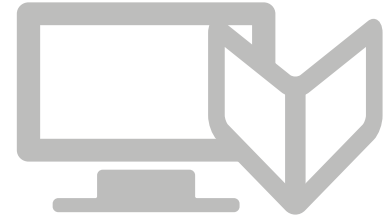
*Aus der Bundesrepublik Deutschland wurden 2017
Pharmazeutika im Wert von 75,4 Mrd. Euro ausgeführt,*

ein **Zuwachs** von **6,8 %***

*BPI, Pharma-Daten 2018

WAS UNS ZUR INFORMATIONSBESCHAFFUNG UND -VERARBEITUNG BRINGT

Lehrbuchartig spielen zwei Welten – die digitale und die gedruckte – in der Pharmaindustrie zusammen. Nur, dass in der Strahlkraft der breiten Marketing-Meinung die digitale Welt die gedruckte gerne in den Schatten stellen würde. Zeit, etwas Licht ins Dunkel zu bringen.



Fakt 1 | **92 % recherchieren online** nach Brancheninformationen.

Fakt 2 | **83 %** verbringen aber **höchstens 30 Minuten** täglich mit dieser Onlinerecherche*!

(*Aus der Leserbefragung pharmind 2019 wissen wir, das 72 % sogar weniger als 15 Minuten täglich damit verbringen. Es darf angenommen werden, dass diese Aussage auch für TechnoPharm zutreffen würde.)

Fakt 3 | Gut 3 Minuten* dauert eine Sitzung auf den Webseiten des Verlags, hunderte davon gibt es täglich. Eine etwas steile These: Die meisten Nutzer verbringen rechnerisch **20 %** ihrer täglichen Recherchezeit bei ECV.

*(Quelle: Google Analytics)

Fakt 4 | Fachinformationen (von Verlagen) wird mit **71 %** das größte Vertrauen geschenkt, vor Herstellerinformationen (63 %), Verbänden (60 %), Universitäten (57 %). Abgeschlagen Wikipedia (45 %), soziale Netzwerke (6 %) oder Messaging-Dienste (1 %)!



Fakt 5 | Auf die Recherche folgt das Lesen der Fachinformation. Das erfolgt zu 81 % auf dem Desktop, zu 53 % in der gedruckten Fachzeitschrift und zu 49 % durch den Ausdruck eines Fachbeitrags! Nur 24 % lesen auf einem mobilen Gerät.

(Die Fragestellung erlaubt leider keine Rückschlüsse darauf, ob die Lesezeit Teil der Recherchezeit ist. Anmerk. d. Verf.)

By the way – die Ausdrücke der Fachbeiträge lassen sich von der Zahl der Downloads ableiten. In der Zeit von 7/18 bis 6/19 wurden 81.090 TechnoPharm-Beiträge geladen – das sind 222 Beiträge **täglich!**

Fakt 6 | **74 %** erwarten von einem modernen Fachmedium wie TechnoPharm die Kombination aus gedrucktem Heft und Onlineplattform. Für 51 % ist das gedruckte Heft weiterhin „Pflicht“.

FAZIT ZUR INFORMATIONSBESCHAFFUNG UND -VERARBEITUNG:

Präsenz ist Pflicht – digital wie gedruckt! Präsenz mit einem Banner bei der Recherche (tägl. Zeit meist unter 15 Minuten), Präsenz mit einer Anzeige beim Lesen (Zeit pro Ausgabe etwa 37 Minuten). Mobile Devices sind offenbar nicht die Antwort auf lange Texte. Diese lesen sich auch weiterhin gut auf Papier.

Zu guter Letzt: 

69 % bewerten TechnoPharm zusammenfassend mit den Noten 1 und 2.

94 % empfehlen den Titel weiter.

ecv

Editio Cantor Verlag
für Medizin und Naturwissenschaften GmbH

Baendelstockweg 20 · D-88326 Aulendorf
info@ecv.de · www.ecv.de

www.technopharm-journal.de