

# Copytest

# 2016

Durchführung: Dierks Markt- und Medienforschung · Pirmasens

# Ausgabe 07

## Anzeigenbeachtung



AVOXA 

Mediengruppe Deutscher Apotheker

# **Inhalt**

<b>Zur Untersuchung</b>	<b>3</b>
<b>Heftnutzung</b>	<b>4</b>
<b>Anzeigenbeachtung</b>	<b>5-18</b>
<b>Produktinteresse</b>	<b>19-20</b>
<b>Interesse an Rubriken</b>	<b>21</b>
<b>Stellenwert der PZ</b>	<b>22</b>
<b>PZ-Stellenmarkt</b> <b>Verkaufsförderung, Marketing, Betriebsführung</b>	<b>23</b>
<b>PZ-Markt</b>	<b>24</b>
<b>Bedeutung/Beurteilung von Werbung</b>	<b>25</b>
<b>Selbstmedikation/Ergänzungssortiment</b>	<b>26</b>
<b>pta FORUM</b>	<b>27</b>
<b>Statistik</b>	<b>28-29</b>

## Zur Untersuchung

Die vorliegende Untersuchung wurde vom Institut Dierks Markt- und Medienforschung, Pirmasens durchgeführt. Hauptanliegen der Untersuchung war die Erhebung von Beachtungswerten (Wiedererkennung Starch-Methode).

Die Untersuchung repräsentiert Leser/-innen (Apotheker/-innen) der Ausgabe 07/2016 der PZ Pharmazeutischen Zeitung in Deutschland.

Die Auswahl erfolgte nach Quota entsprechend der Vertriebsdatei nach Wohnortgröße und Nielsen-Gebieten.

Insgesamt wurden 251 persönliche Befragungen (face-to-face) in der Zeit vom 19. Februar bis 03. März 2016 von 89 Interviewern des Feldinstituts Foerster&Thelen, Bochum in 110 Gemeinden durchgeführt.

### **Fragen zur Anzeigenbeachtung - mit Anzeigenvorlage (Starch-Werte):**

#### **1. Frage:**

Ich zeige Ihnen nun einige Anzeigen und möchte gerne von Ihnen wissen, ob Sie diese Anzeigen in **dieser** Ausgabe der PZ Pharmazeutischen Zeitung gesehen haben.

#### **2. Frage:**

Haben Sie den Text ganz gelesen, mehr als die Hälfte des Textes, ca. die Hälfte des Textes, weniger als die Hälfte des Textes oder den Text gar nicht gelesen?

#### **3. Frage:**

Haben Sie den Firmen-/Markenname bemerkt?

## Heftnutzung

Von den letzten 12 Ausgaben wurden im Durchschnitt **10,1 Ausgaben** gelesen.

Das Heft wird im Durchschnitt **3-mal** zur Hand genommen.

**75 Minuten** verbringt der Leser mit der Lektüre der PZ Pharmazeutischen Zeitung.

Die PZ Pharmazeutische Zeitung wird von weiteren **3 Personen** gelesen.

# Anzeigenbeachtung



1/1 Seite, 4c 2. US

Anzeige  
gesehen

73%



Mindestens  
die Hälfte vom  
Text gelesen

25%



Firmen-/  
Markenname  
bemerkt

65%



Umckaloabo, **Dr. Willmar Schwabe GmbH & Co. KG**



1/1 Seite, 4c Seite 9

77%



31%



70%



PROSPAN, **ENGELHARD Arzneimittel GmbH & Co. KG**



1/1 Seite, 4c Seite 11

68%



26%



59%



Laif 900 Balance, **Bayer Vital GmbH**

# Anzeigenbeachtung



1/1 Seite, 4c

Seite 13

Anzeige  
gesehen

71%



Mindestens  
die Hälfte vom  
Text gelesen

35%



Firmen-/  
Markenname  
bemerkt

67%



Bepanthen Augentropfen, **Bayer Vital GmbH**



1/1 Seite, 4c

Seite 15

35%



18%



30%



Praluent Alirocumab, **Sanofi-Aventis Deutschland GmbH**



1/3 Seite, 4c

Seite 17

36%



15%



28%



Mobiforte, **Astrid Twardy GmbH**

# Anzeigenbeachtung

Anzeige  
gesehen

Mindestens  
die Hälfte vom  
Text gelesen

Firmen-/  
Markenname  
bemerkt



mm-Anzeige, 4c Seite 21

30%



14%



22%



Akustika, Südmedica GmbH



1/1 Seite, 4c Seite 23

70%



34%



59%



GeloProsed, G. Pohl-Boskamp GmbH & Co. KG



1/1 Seite, 4c Seite 27

78%



33%



71%



Sinupret, BIONORICA SE

# Anzeigenbeachtung

Anzeige  
gesehen

Mindestens  
die Hälfte vom  
Text gelesen

Firmen-/  
Markenname  
bemerkt



1/2 Seite, 4c

Seite 33

59%



26%



49%



PEARLS&DENTS, Dr. Liebe Nachf. GmbH & Co. KG



1/2 Seite, 4c

Seite 37

51%



23%



43%



FolPlus, SteriPharm



1/2 Seite, 4c

Seite 39

49%



19%



42%



isla med, ENGELHARD Arzneimittel GmbH & Co. KG

# Anzeigenbeachtung

Anzeige  
gesehen

Mindestens  
die Hälfte vom  
Text gelesen

Firmen-/  
Markenname  
bemerkt



1/1 Seite, 4c

Seite 41

53%



25%



43%



Bromuc akut, **Aristo Pharma GmbH**



1/1 Seite, 4c

Seite 43

59%



24%



54%



GeloMyrtol, **G. Pohl-Boskamp GmbH & Co. KG**



1/3 Seite, 4c

Seite 45

65%



31%



59%



orthomol immun, **Orthomol pharmaz. Vertriebs GmbH**

# Anzeigenbeachtung



1/1 Seite, 4c Seite 47

Anzeige gesehen

80%



Mindestens die Hälfte vom Text gelesen

39%



Firmen-/Markenname bemerkt

69%



Pinimenthol, Dr. Willmar Schwabe GmbH & Co. KG



1/1 Seite, 4c Seite 49

53%



25%



42%



Bi-Oil, delta pronatura Dr. Krauss & Dr. Beckmann KG



1/2 Seite, 4c Seite 53

47%



22%



39%



ZUGSALBE effect 20%,  
InfectoPharm Arzneimittel und Consilium GmbH

# Anzeigenbeachtung

Anzeige  
gesehen

Mindestens  
die Hälfte vom  
Text gelesen

Firmen-/  
Markenname  
bemerkt



1/1 Seite, 4c

Seite 55

65%



Almased, **Almased Wellness GmbH**

58%



24%



1/1 Seite, 4c

Seite 57

47%

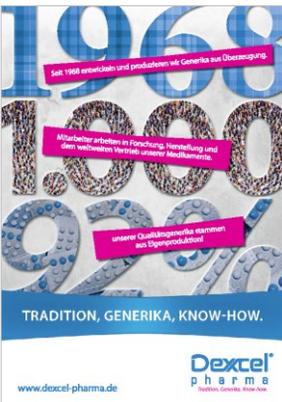


**deutsche apotheker- und ärztebank**

38%



18%



1/1 Seite, 4c

Seite 59

34%



**Dexcel Pharma GmbH**

31%



12%



# Anzeigenbeachtung

Anzeige  
gesehen

Mindestens  
die Hälfte vom  
Text gelesen

Firmen-/  
Markenname  
bemerkt



1/2 Seite, 4c

Seite 61

47%



26%



43%



pure encapsulations, **Pro medico GmbH**



1/2 Seite, 4c

Seite 63

35%



13%



28%



ADGRAYCE T, **ADG Apotheken Dienstleistungsgesellschaft mbH**



1/3 Seite, 4c

Seite 67

69%



30%



65%



Zinkletten Verla Zinc + C, **Verla-Pharm Arzneimittel GmbH & Co. KG**

# Anzeigenbeachtung

Anzeige  
gesehen

Mindestens  
die Hälfte vom  
Text gelesen

Firmen-/  
Markenname  
bemerkt



1/2 Seite, 4c

Seite 69

61%



30%



56%



WALA Plantago Hustensaft, **WALA Heilmittel GmbH**



1/3 Seite, 4c

Seite 71

22%



8%



19%



Oriculum, **Orifarm GmbH**



1/3 Seite, 4c

Seite 75

62%



30%



58%



WELEDA Euphrasia D3, **Weleda AG**

# Anzeigenbeachtung

Anzeige  
gesehen

Mindestens  
die Hälfte vom  
Text gelesen

Firmen-/  
Markenname  
bemerkt



1/3 Seite, 4c

Seite 77

28%



13%



24%



Viscontour, **Sanofi-Aventis Deutschland GmbH**



1/1 Seite, 4c

4. US

36%



19%



31%



Optrex ActiSpray 2in1, **Reckitt Benckiser Deutschland GmbH**

# Anzeigenbeachtung - Beilage

Beilage  
gesehen

Mindestens  
die Hälfte vom  
Text gelesen

Firmen-/  
Markenname  
bemerkt



2-seitig, 4c

67%



PARI SINUS, PARI GmbH

36%



57%



# Anzeigenbeachtung - Einhefter



1. S. zwischen S. 18/19, 4c

Anzeige  
gesehen

71%



Mindestens  
die Hälfte vom  
Text gelesen

34%



Firmen-/  
Markenname  
bemerkt

65%



Floradix mit Eisen, **Salus Pharma GmbH**



2. S. zwischen S. 18/19, 4c

53%



25%



45%



TELCOR Arginin plus, **QUIRIS Healthcare GmbH & Co. KG**



1. S. zwischen S. 34/35, 4c

65%



30%



57%



Aspecton, **Krewel Meuselbach GmbH**

# Anzeigenbeachtung - Einhefter

Anzeige  
gesehen

Mindestens  
die Hälfte vom  
Text gelesen

Firmen-/  
Markenname  
bemerkt



2. S. zwischen S. 34/35, 4c

42%



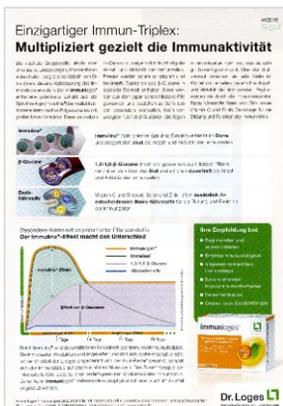
22%



37%



Salus Vitamin-Tonika, **Salus Pharma GMBH**



1. S. zwischen S. 50/51, 4c

43%



21%



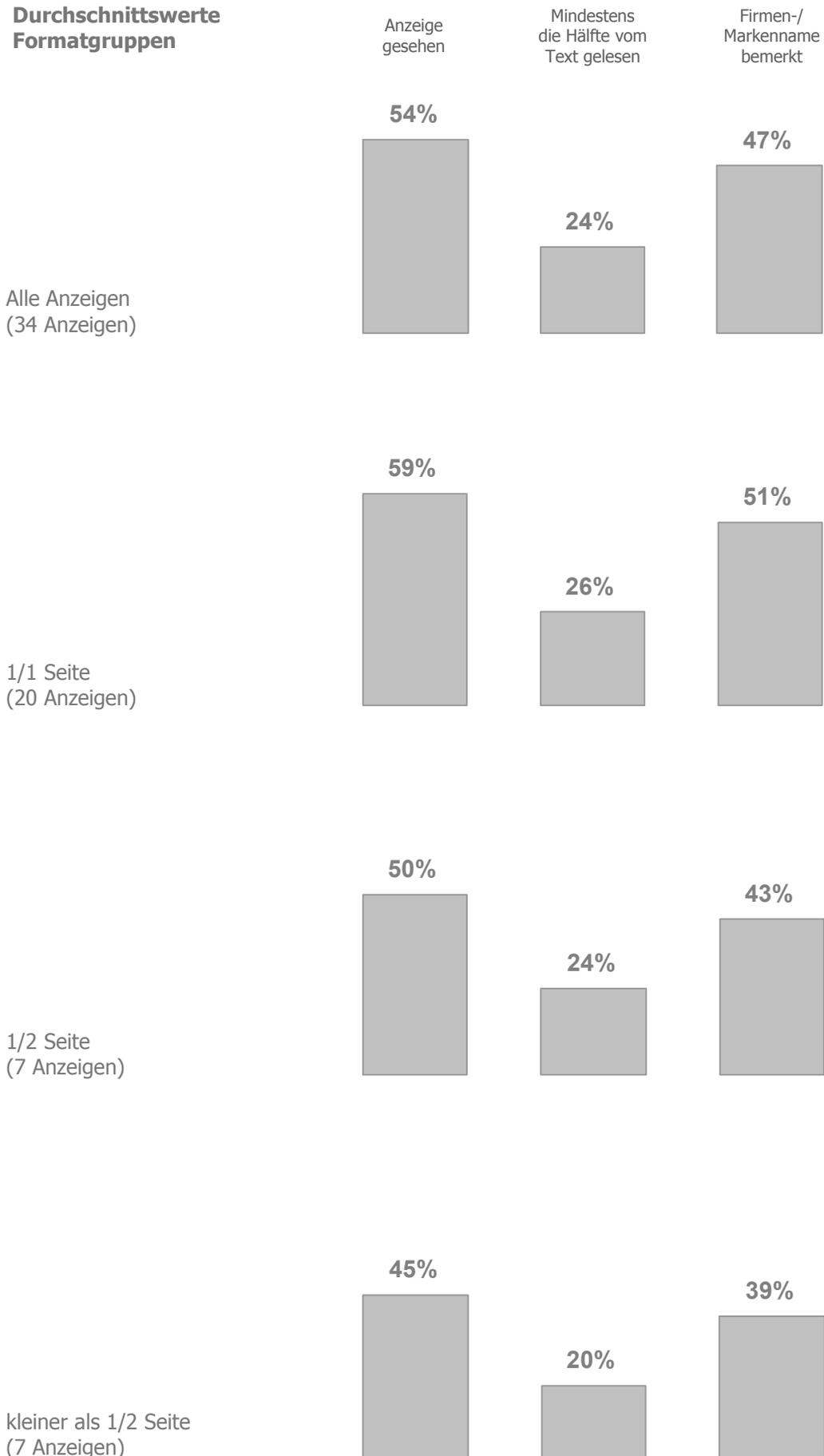
37%



immunloges, **Dr. Loges + Co. GmbH**

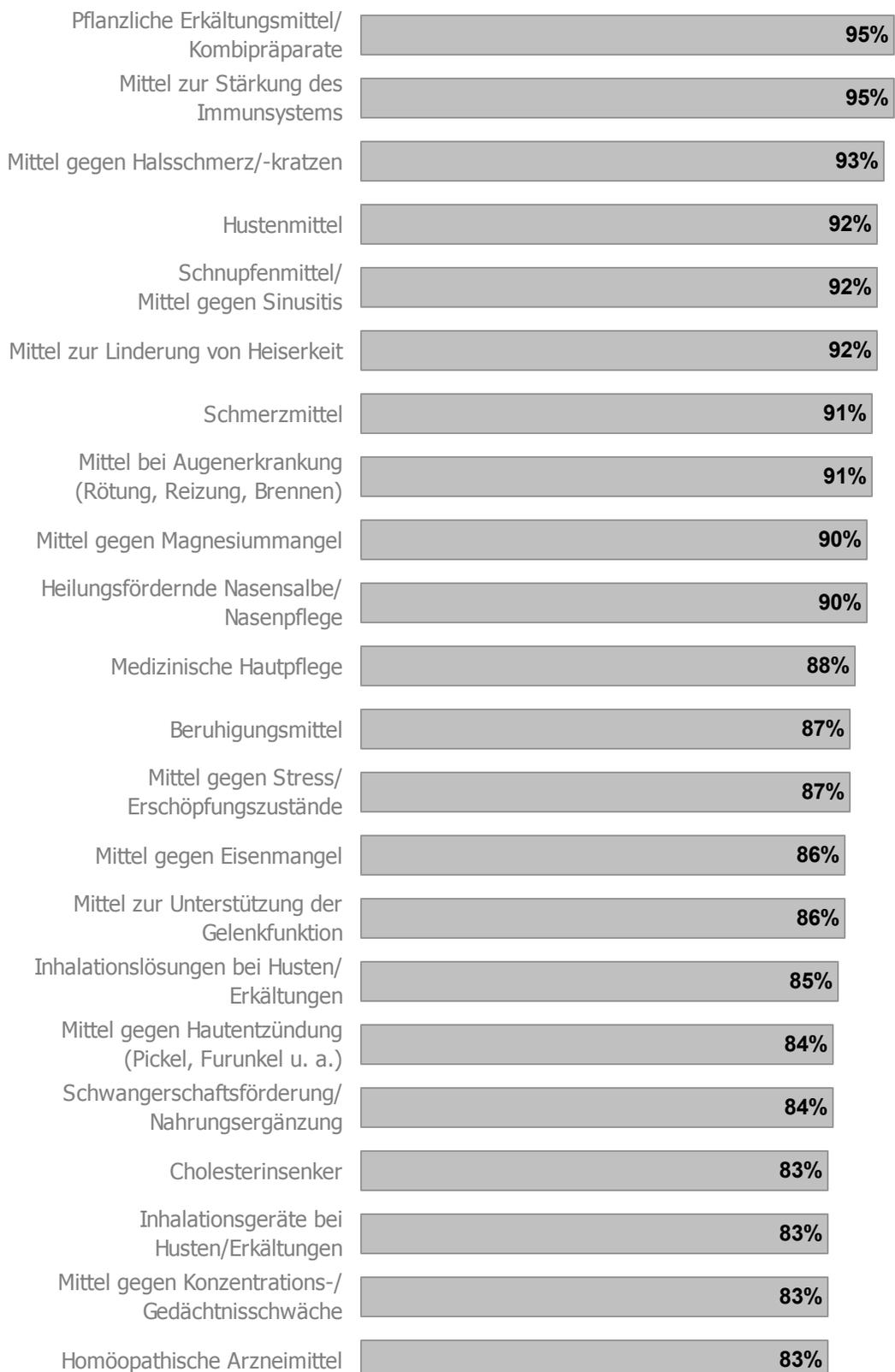
# Anzeigenbeachtung

## Durchschnittswerte Formatgruppen



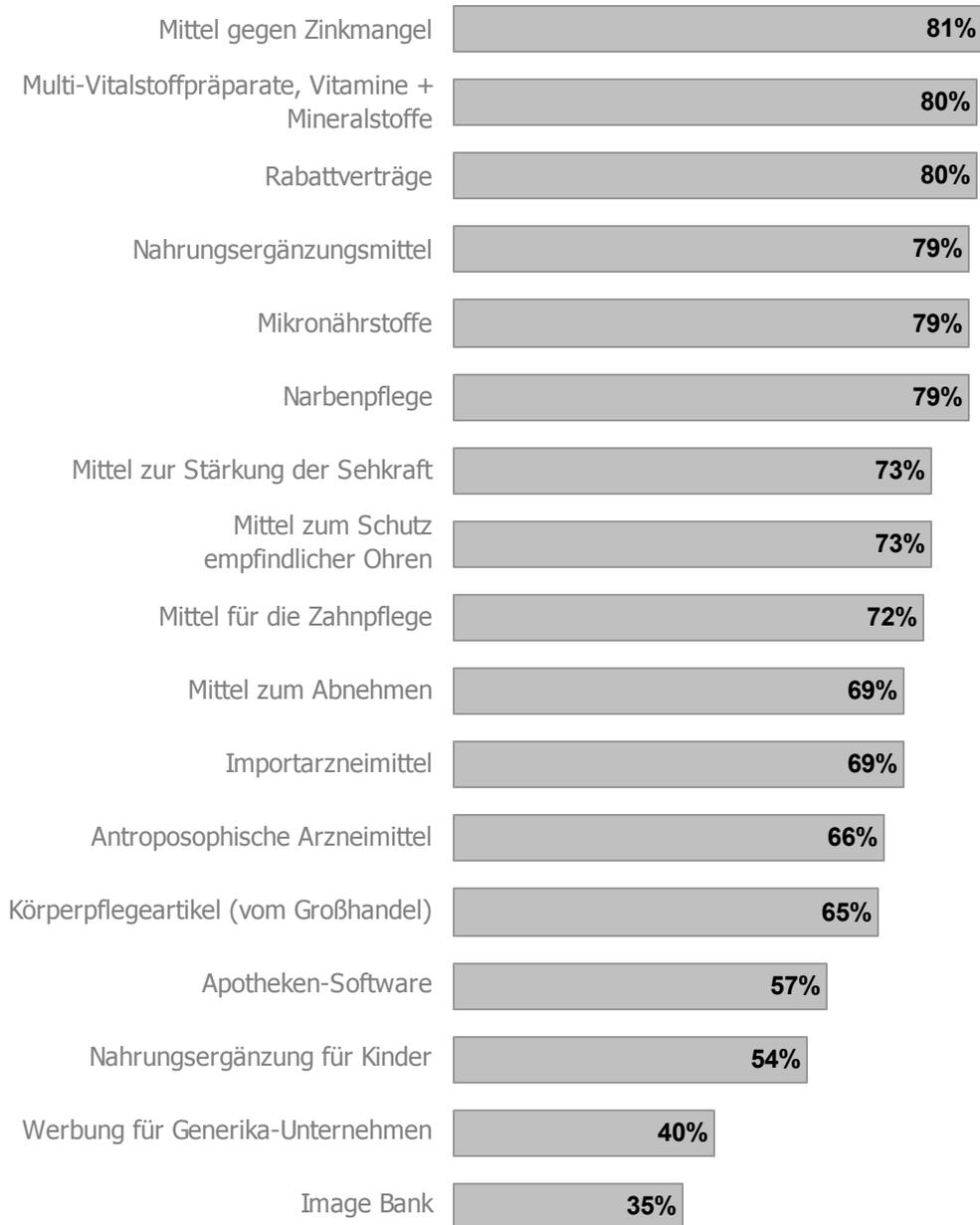
# Produktinteresse

Sehr interessiert/interessiert (Stufen 1 – 3 auf einer 6er Skala)



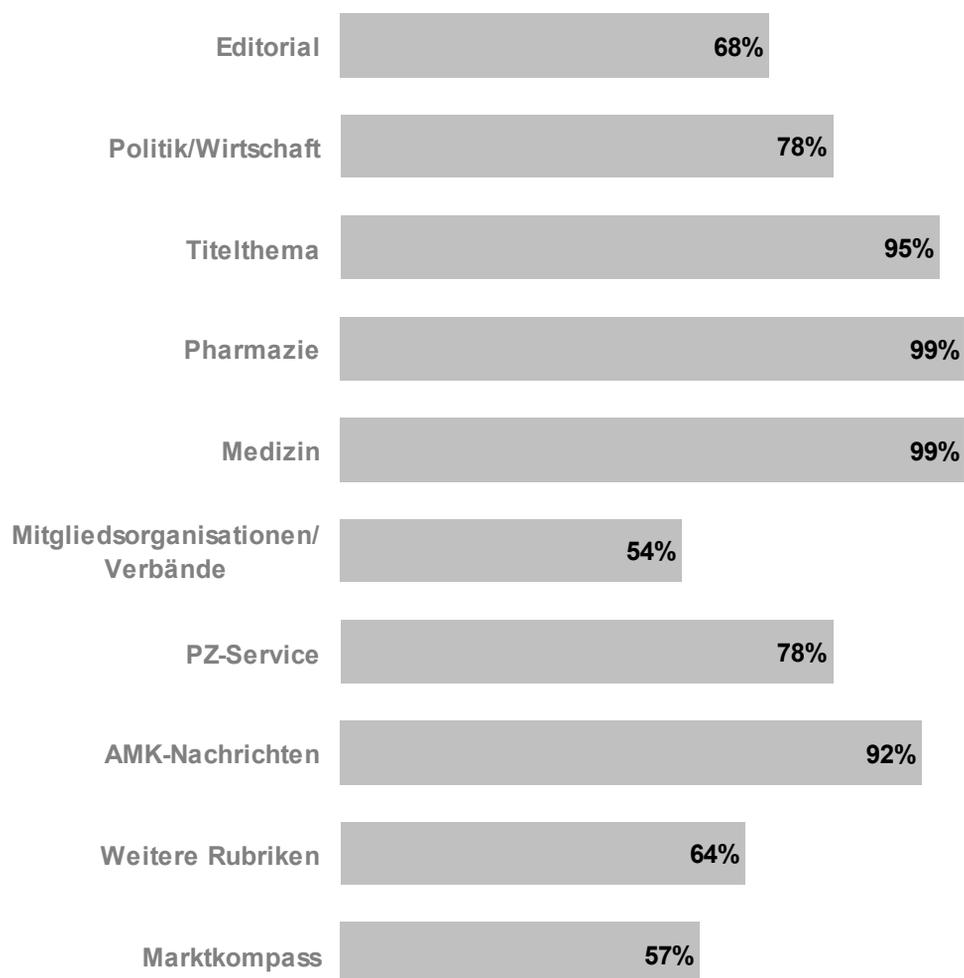
# Produktinteresse

Sehr interessiert/interessiert (Stufen 1 – 3 auf einer 6er Skala)



## Interesse an Rubriken

Sehr interessiert/interessiert (Stufen 1 – 3 auf einer 6er Skala)



## Stellenwert der PZ

**83 %** der Befragten würden die PZ Pharmazeutische Zeitung sehr stark/  
stark vermissen\*, wenn diese nicht mehr erscheinen würde.

Die PZ Pharmazeutische Zeitung ist für

**54 %** die wichtigste Apotheken-Fachzeitschrift

**56 %** die aktuellste Apotheken-Fachzeitschrift

**52 %** die übersichtlichste Apotheken-Fachzeitschrift

**44 %** die Apotheken-Fachzeitschrift mit dem besten Layout.

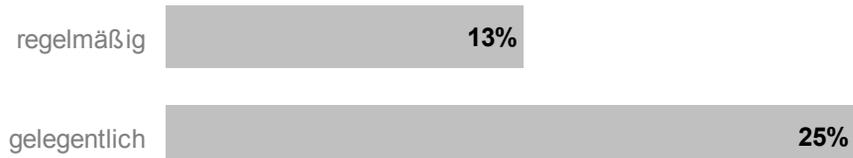
\* Stufen 1 – 3 auf einer 6er Skala

## PZ-Stellenmarkt

### Lese die Stellenangebote in der PZ ...



### Lese die Stellengesuche in der PZ ...



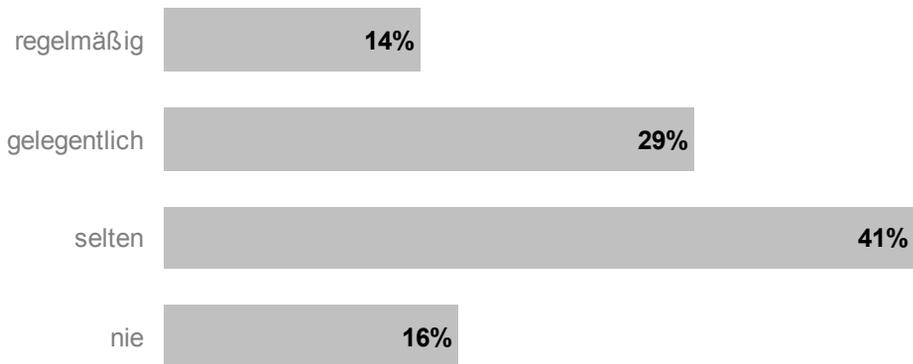
## Verkaufsförderung, Marketing, Betriebsführung



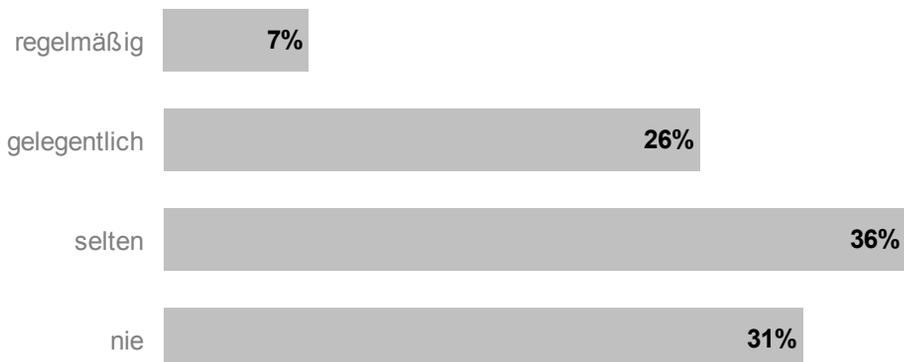
\* Stufen 1 – 3 auf einer 6er Skala

## PZ-Markt

### Lese Angebote im PZ-Markt ...



### Lese Anzeigen für Apothekeneinrichtungen, Apothekenbedarf und Labortechnik ...



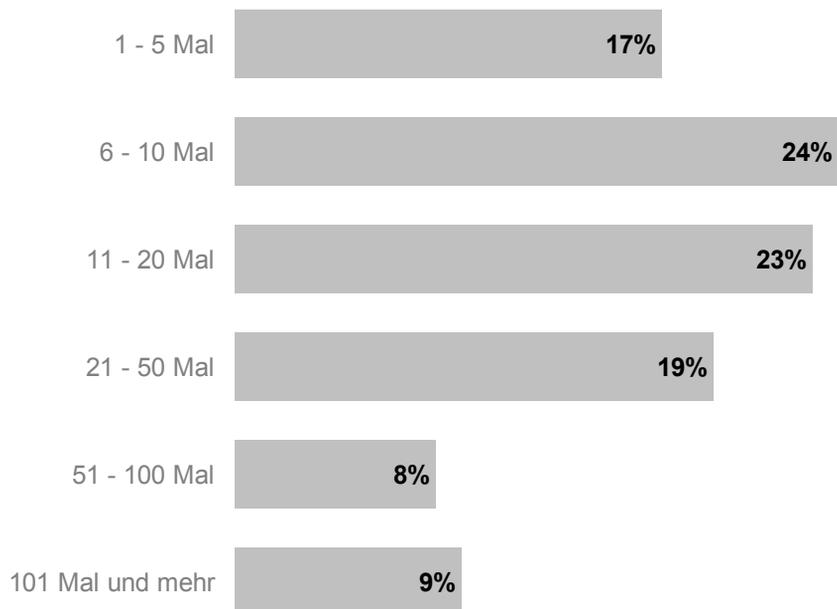
## Bedeutung/Beurteilung von Werbung

### Anzeigen in Apotheken-Fachzeitschriften ...\*

bringen nützliche Hinweise	<b>66 %</b>
sind informativ gestaltet	<b>74 %</b>
geben einen Überblick über den Arzneimittelmarkt	<b>68 %</b>

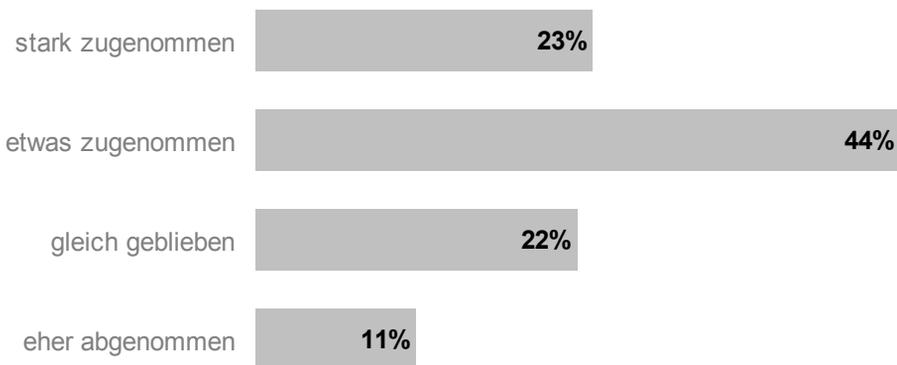
\* Stimme voll und ganz/weitgehend zu: Stufen 1 + 2 auf einer 4er Skala

### Nachfragen nach beworbenen Produkten in TV, Hörfunk und/oder Printmedien pro Monat



## Selbstmedikation/Ergänzungssortiment

### Der Arzneimittelverkauf für nichtverschreibungspflichtige Präparate hat/ist in den letzten Jahren ...



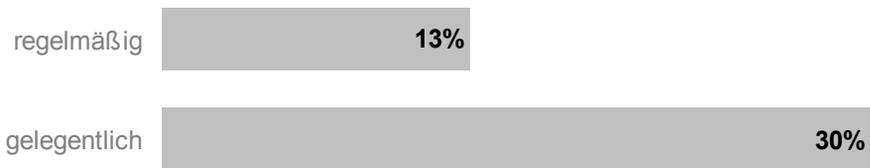
Für **58 %** der Befragten könnte der Anteil des Ergänzungssortiments am Gesamtumsatz noch zunehmen.

**95 %** der Befragten sind der Meinung, dass der Einfluss des Apothekers beim Verkauf von Mitteln zur Selbstmedikation sehr groß/groß ist\*.

\* Stufen 1 + 2 auf einer 4er Skala

## pta FORUM

### Lese das pta FORUM ...



Der Informationsgehalt des pta FORUMs wird mit der **Schulnote 2,4** bewertet.

Das pta FORUM wird im Durchschnitt von weiteren **3,2 Personen** gelesen.

## Statistik

Geschäftslage	Gesamt
Zentrum, City	37%
Hauptstrasse außerhalb des Zentrums	30%
Nebenstrasse außerhalb des Zentrums	10%
Stadtrand/Ortsrand	9%
Einkaufszentrum	8%
sonstige Lage	6%

Anzahl Beschäftigte	Gesamt
1 - 2 Personen	2%
3 - 4 Personen	12%
5 - 9 Personen	61%
10 - 14 Personen	18%
15 Personen und mehr	6%
keine Angabe	1%

## Statistik

Geschlecht	Gesamt
Männer	41%
Frauen	59%

Alter	Gesamt
bis 29 Jahre	7%
30 bis 39 Jahre	19%
40 bis 49 Jahre	26%
50 bis 59 Jahre	33%
60 bis 69 Jahre	10%
70 Jahre und älter	4%

Nielsen-Gebiet	Gesamt
Nielsen 1	13%
Nielsen 2	18%
Nielsen 3a	12%
Nielsen 3b	18%
Nielsen 4	17%
Nielsen 5	5%
Nielsen 6	10%
Nielsen 7	9%



**Leitung Anzeigenabteilung:**

Ramona Luft  
Tel.: 06196 928-221  
Fax: 06196 928-223  
E-mail: ramona.luft@avoxa.de

**Anzeigenverkaufsleitung Nord:**

Achim Heinemann  
Tel.: 06196 928-231  
Fax: 06196 928-223  
E-mail: a.heinemann@avoxa.de

**Anzeigenverkaufsleitung Süd:**

Saasan Seifi  
Tel.: 06196 928-225  
Fax: 06196 928-223  
E-mail: s.seifi@avoxa.de

**Anzeigendisposition:**

Astrid Kühn  
Tel.: 06196 928-228  
Fax: 06196 928-233  
E-mail: a.kuehn@avoxa.de

Andrea Peterson  
Tel.: 06196 928-226  
Fax: 06196 928-233  
E-mail: a.peterson@avoxa.de



Mediengruppe Deutscher Apotheker

**Avoxa – Mediengruppe Deutscher Apotheker GmbH**

Apothekerhaus Eschborn  
Carl-Mannich-Straße 26  
65760 Eschborn