

PRESSEINFORMATION

Erstmals Reichweitenabfrage onkologischer Websites

Zweite WEFRA- Onkologie-Reichweitenstudie erscheint Mitte Dezember

Neu-Isenburg, 15.11.2019 – Mit der von der WEFRA LIFE MEDIA in Auftrag gegebenen zweiten Reichweitenstudie zu 16 onkologischen Fachzeitschriften und -zeitungen liegen auch für das Jahr 2020 valide Planungsdaten vor. Erstmals wurden auch Nutzungs- und Reichweitendaten onkologischer Webseiten ermittelt.

„WEFRA LIFE ist dem Wunsch einer Vielzahl von Pharmakunden nachgekommen, die Studie ein zweites Mal eigenständig durchzuführen, nachdem die LA-MED keine Studie realisieren konnte“, so Matthias Haack, CEO der WEFRA LIFE GROUP „Damit sind wir die einzige Healthcare-Agentur, die Print-, Digital- und PR-Planungen innerhalb onkologischer Zielgruppen mit aktuellen Daten in einem sich sehr dynamisch entwickelnden Markt bewerten und ausrichten kann. Darüber hinaus kann die WEFRA als einzige Agentur nunmehr Reichweiten-Entwicklungen über die letzten drei Jahre ausweisen und in die Planung einbeziehen.“

Die Mitte Dezember erscheinende Studie zu den Reichweiten onkologischer Fachmedien wurde erneut vom IFAK Institut durchgeführt, das auch für die Datenerhebung und Auswertung der LA-MED Facharzt-Studie, LA-DENT und LA-PHARM verantwortlich ist. Analog zu diesen etablierten Studien wurde auch die aktuelle Untersuchung erneut an das ZAW-Rahmenschema für Werbeträgeranalysen angelehnt. Entsprechend legt die WEFRA-Studie zum zweiten Mal innerhalb von drei Jahren aussagekräftige und belastbare Daten für folgende Zielgruppen vor:

- Ärzte mit Fachausbildung und Schwerpunkt Onkologie/Hämatologie gem. MWBO
- Ärzte mit Zusatzfachgebiet „Medikamentöse Tumorbehandlung“
- Onkologisch verantwortliche Ärzte: Ärzte, die keiner der beiden Gruppen angehören, aber von den Krankenkassen die Genehmigung zur Erbringung und Abrechnung onkologischer Leistungen erhalten haben

Passgenaue RX-Media-Planung

„Die zweite WEFRA Onkologie-Reichweitenstudie ermöglicht es uns – insbesondere nach den in 2018 vorgenommenen Umstrukturierungen verschiedener onkologischer Fachmedien – die aktuellen Mediaplanungen für unsere Kunden passgenau auf die Leserschaft abzustimmen“, erklärt Matthias Haack weiter. „Erstmals wurden onkologische Websites in die Erhebung integriert und damit wichtige Insights über die digitale Nutzung und Reichweite der Plattformen erhoben.“ Die gewonnenen Daten werden, wie die Print-Reichweitendaten auch, in die Benchmark-Datenbank des WEFRA LIFE INNOVATION HUB eingepflegt.

Über die WEFRA LIFE GROUP

Wir sind die Gesundheitsmacher – das ist die Philosophie von WEFRA LIFE. Rund 180 Kommunikationsspezialisten in den Tochtergesellschaften WEFRA LIFE MEDIA, WEFRA LIFE MEDIAPLUS, WEFRA LIFE MEDIAPLUS 2, WEFRA LIFE INTERNATIONAL, WEFRA LIFE SOLUTIONS und WEFRA LIFE VENTURES gestalten den Gesundheitsmarkt aktiv. Integriert und agil schaffen sie kundenzentrierte maßgeschneiderte Data- und Insight-basierte Lösungen für zunehmend komplexere Herausforderungen. Innovatives Herzstück für die visionären Services, Produktideen und Plattformen ist der WEFRA LIFE INNOVATION HUB.

2. WEFRA ONKOLOGIE-REICHWEITENSTUDIE 2020

Abb.: Logo



Matthias Haack, CEO WEFRA LIFE GROUP

Medienkontakt:

Silke Schrader
Management Board
WEFRA LIFE SOLUTIONS GmbH

Tel. +49 (0)69 / 695008-18

Fax +49 (0)69 / 695008-71

www.wefra.life

ssr@wefra.life

Mitteldicker Weg 1 - WEFRA Haus

63263 Neu-Isenburg - OT Zeppelinheim