



# Gute Noten für das Bayerische Zahnärzteblatt (BZB)

## Ergebnisse der LA-DENT-2004-Leseranalyse im Überblick

*Die Herausgeber des BZB haben sich zusammen mit dem das BZB verlegenden tw-media Verlag, Fuchstal, an der bundesweiten LA-DENT-Leseranalyse 2004 beteiligt, bei der Zahnärztinnen und Zahnärzte die zahnmedizinischen Fachmedien zu bewerten hatten. Nun liegen die Ergebnisse vor. Bei der Analyse 2004 handelt es sich mittlerweile um die vierte Studie dieser Art seit Beginn 1994. Ziel ist es, eine kontinuierliche Transparenz in den Medienmarkt der zahnmedizinischen Fachpresse zu bringen; für die Herausgeber wie für die Redaktion ist eine solche Leseranalyse ein wichtiges Instrument der Erfolgskontrolle.*

**D**ie Untersuchung fand bundesweit als Quotenstichprobe statt. Zur Grundgesamtheit der Zielgruppe zählten 61.361 Zahnärztinnen und Zahnärzte (11.982 in Bayern) – entsprechend den Angaben der Bundeszahnärztekammer. Insgesamt wurden 511 Interviews (85 in Bayern) vom beauftragten Institut, TNS Infratest Media Research, München, in der Zeit von Mai bis Juni dieses Jahres geführt. Einbezogen in die Analyse waren 43 Fachtitel, davon 29 überregionale und 14 regionale. Die regionalen Titel wurden jeweils nur im Verbreitungsgebiet erhoben.

### **Inhalt der Analyse**

Ermittelt wurde die Reichweite eines Mediums, die Leser-Blatt-Bindung, die Nutzungsintensität und die Bewertung des Inhalts. Als Zusatzinformation wurden alle Zahnärztinnen und Zahnärzte nach ihrer Internetnutzung befragt. Fragen zur Person, zur Praxisgröße und -gestaltung, zur wirtschaftlichen Situation, zur Anzeigennutzung, zu Weiterbildungsquellen und zur Weitergabe der Zeitschriften an ihr Zahnärztliches Personal oder Zahntechniker vervollständigten das Fragenspektrum.

### **Ergebnisse**

Zusammenfassend lässt sich sagen, daß das BZB, obwohl es „nur“ eine regionale Fachzeitschrift ist, mit den großen bundesweit erscheinenden Publikationen, wie beispielsweise zm, DZW, ZWP, ZWR und Quintessenz-Zeitschriften absolut mithalten kann, bzw. diese sogar in vielen Kategorien überflügelt. Innerhalb der regionalen Publikationen landete das Bayerische Zahnärzteblatt durchweg auf einem Spitzenplatz.

### **Reichweite**

Mit dem ermittelten Wert für die Reichweite *LpA* wird die *durchschnittliche Zahl der Leser pro Ausgabe* ermittelt. Für das BZB wurden 84,9 % festgestellt.

Der darüber hinaus ermittelte Reichweitewert *K1* gibt die *durchschnittliche Lesewahrscheinlichkeit* wieder. Nur wird er im Gegensatz zum *LpA*-Wert nicht durch die Frage nach dem Lesen im letzten Erscheinungsintervall ermittelt, sondern mit einer Frequenzfrage: „Wieviele Ausgaben der Zeitschrift haben Sie in den letzten 12 Monaten gelesen?“ Ermittelt wird die Zahl der *Stammleser*. Der *K1*-Wert für das BZB wurde mit 84,2 % beziffert; 84,2 % sind also Stammleser. Die überregionalen Zahnärzteblätter sind im Vergleich weit abgeschlagen: zm: 79,1 %; DZW: 60,2 %; Der Freie Zahnarzt 58,8 %; ZWR 41,2 %, Quintessenz 36,5 %. Bei den regionalen Blättern wird das BZB allerdings überflügelt vom Hamburger Zahnärzteblatt (99,0 %), dem Thüringischen Zahnärzteblatt (98,3 %), den Zahnärztlichen Nachrichten Sachsen-Anhalt (95,4 %), dem Zahnärzteblatt Brandenburg (94,1 %) und dem Zahnärzteblatt Westfalen-Lippe (91,6 %). In diesen zuletzt genannten Gebieten gibt es noch mehr Stammleser als in Bayern.

### **Bekanntheitsgrad**

Der Bekanntheitsgrad drückt aus, daß die befragte Person die Zeitschrift dem Namen nach kennt oder schon mal in der Hand ge-



habt hat. Für das BZB wurde ein Bekanntheitsgrad von 97,3 % ermittelt, getoppt wurde dieser lediglich von der zm (98,5 %) und den regionalen zahnmedizinischen Publikationen, die auch schon einen höheren K1-Reichweitewert erzielten (s.o.) Die DZW lag mit 97,1 % knapp hinter dem BZB, Der Freie Zahnarzt etwa erreichte 94,8 %, Quintessenz 89,9 %, ZWR 85,9 %.

### *Leser-Blatt-Bindung*

Hier soll der Befragte seine Wertschätzung zu einem Titel ausdrücken. Anhand einer 5er Skala gibt er an, ob er einen Titel bei Nichterscheinen „sehr stark vermissen“, „stark vermissen“, „vermissen“, „weniger vermissen“ oder „gar nicht vermissen“ würde. Ergebnis für das BZB: 36 % würden demnach das BZB sehr stark vermissen, 34 % stark, 22 % vermissen, 6 % weniger vermissen und 1 % gar nicht vermissen.

Zum Vergleich die Werte für zm: 30 %, 42 %, 19 %, 7 % und 1 %;

DZW: 12 %, 24 %, 34 %, 24 %, 7 %;

Quintessenz: 18 %, 31 %, 30 %, 18 %, 3 %;

ZWR: 5 %, 30 %, 37 %, 22 %, 6 %.

### *Nutzungsintensität*

Um die Nutzungsintensität herauszufinden, wurden die Leser befragt, wieviele Seiten sie in der letzten Ausgabe aufgeschlagen haben. Die Skala reichte von „keine“, „nur wenige“, „ein Viertel“, „die Hälfte“, „drei Viertel“, „alle“. Für das BZB wurden folgende Werte ermittelt: „Keine“: 0, „nur wenige“: 6 %; „ein Viertel“: 13 %, „die Hälfte“: 16 %, „drei Viertel“: 22 %, „alle“: 42 %.

### *Inhaltliche Einschätzung*

In dieser Kategorie wurden die Leser befragt, ob die genannten Themen/Rubriken „am besten gelöst wurden“ – Mehrfachnennungen waren dabei möglich. Im Ergebnis stellte sich dabei heraus, daß Berufs- und Standespolitik (89 %), gesundheitspolitische Themen (53 %), Fortbildung (50 %), Abrechnungstips (41 %), Veranstaltungshinweise (21 %) und Wissenschaft (17 %) die am ehesten im BZB als „gut gelösten“ Themenkreise waren. Weniger gut gelöst“ erschienen den BZB-Lesern die Themen: Unterhaltung/Kulturelles/Allgemeines (14 %), Praxismarketing (14 %), Finanzen/Geldanla-

gen/Alterssicherung (16 %) Praxismanagement/Organisation (17 %), Kongreßberichte (17 %), Produktinformationen (18 %).

Befragt, welche Inhalte BZB-Leser noch verstärkt geboten bekommen möchten, wurden die Bereiche: Parodontologie (44,3 %), Endodontie (35,9 %), Implantologie (28,9 %) und Kieferchirurgie (21,4 %) genannt.

### *Internetnutzung*

Bei der Frage nach den Internetnutzungsgewohnheiten kam folgendes heraus: 19,2 % der bundesweit befragten Zahnärztinnen und Zahnärzte nutzen das Internet bis unter eine Stunde pro Woche, 33 % eine bis unter drei Stunden pro Woche, 19,0 % drei bis unter fünf Stunden pro Woche, 9,4 % fünf bis unter zehn Stunden pro Woche, 3,9 % zehn bis unter 15 Stunden pro Woche und 1,3 % 15 und mehr Stunden pro Woche.

### *Genutzte Informationsquellen*

Befragt nach den Quellen der Fortbildung zeigte sich folgende Rangfolge:

1. Fachzeitschriften (69 %),
2. Fachbücher (60 %)
3. Kollegengespräche (51 %)
4. Fachtagungen (44 %)
5. Nachschlagewerke (37 %)
6. Kongresse (35 %)
7. Fachausstellungen (33 %)
8. Außendienstmitarbeiter (31 %)
9. Internet (20 %).

Lehrvideos, DVD, CD-Rom spielen mit 8 % nur eine untergeordnete Rolle, ebenso Anzeigen mit ebenfalls 8 %.

Wer die Ergebnisse im Einzelnen nachlesen möchte, vor allem auch noch Hintergrundinformationen und statistische Angaben über die Zielgruppe der Befragten, findet im Internet unter [www.LA-Med.de/Studien](http://www.LA-Med.de/Studien) die Kerndaten in tabellarischer und grafischer Form.

Die „Macher“ des BZB bedanken sich bei allen, die bei der Leseranalyse mitgemacht haben für das entgegengebrachte Vertrauen und die positive Resonanz auf unsere Arbeit!

Ulrike Nover