

I. Charakteristik

„Pharma Relations“ ist das führende deutschsprachige Magazin für Health-care-Marketing und -Kommunikation. Im 10. Jahrgang informiert „Pharma Relations“ die Entscheider aus Pharma- und Health-Industrie monatlich kompetent mit Reportagen, Interviews, Porträts, (Fall-)Studien und Know-how-Beiträgen etc. über alles Wissenswerte aus dem Healthcare-Markt. Dabei legt die Redaktion besonderen Wert darauf, die Vielzahl der Gesetze und anderen Regularien auf ihre Einflüsse auf das Marketing zu überprüfen und zu kommentieren.



stamm: 957 personalisierte Adressaten.

d) 5 % an Medien aus Adressstamm: 199 personalisierte Adressaten und Organisationen/Institutionen/Verbände (von ABDA bis Zentralinstitut AM-Forschung) aus Adressstamm: 179 pers. Adressaten.

III. IVW-Prüfung/Auflage

Die Fachzeitschrift „Pharma Relations“ ist seit 2006 Mitglied der IVW und erscheint zurzeit mit einer IVW-geprüften Auflage von 3.191 Stück (lt. IVW III. Quartal 2009)



IV. Erscheinungsweise

„Pharma Relations“ erscheint monatlich. Beigeheftet werden diverse Themen-Supplements. Beigelegt wird das zweimonatlich im selben Verlag erscheinende wissenschaftlich orientierte Fachmedium „Monitor Versorgungsforschung“, das zusätzlich an einen eigenen Postzeitungsverteiler distribuiert wird (weitere ca 3.100 Exemplare).

II. Leserschaft

Die IVW-geprüfte Postauflage von 3.191 (lt. IVW 3. Quartal 2009) wird wie folgt distribuiert:

- a) 85 % an Entscheider aus Pharma-und Healthcare-Industrie. Aus Adressstamm: 3.957 personalisierte Adressaten aus den Bereichen GF und Marketing/Kommunikation (davon 974 aus Vertriebs- und Außendienstleitung, die schwerpunktmäßig in den Ausgaben mit dem Sonderteil „Pharmaberater“ beliefert werden, sowie 543 Adressaten aus der Dental-Industrie/Labortechnik. Zusätzlich 350 Adressaten aus der Medizintechnik für Ausgaben mit dem Sonderteil „MedTech“, die vom Branchenverband BVMed direkt beliefert werden.
- b) 5 % an Dienstleister (Werbe-, Media-, PR- und Consulting-Agenturen; Marktforschungsinstitute; IT-Dienstleister, Callcenter usw.) aus Adress-

V. Umfangsanalyse

Werden die Ausgaben November 2008 bis Oktober 2009 (= 12 Monate) addiert, ergibt sich folgende Seiten-Statistik, die deutlich zeigt, warum „Pharma Relations“ für immer mehr Leser und Anzeigenkunden das Medium der ersten Wahl ist:

- Gesamtumfang: 722 Seiten
- Redaktion: 561 Seiten (77 %)
- Anzeigen: 159 Seiten (23 %)
- Beilagen/-hefter: 22 Stück

VI. Format

„Pharma Relations“ erscheint im klassischen DIN-A4-Format (210 mm x 297 mm). Der Satzspiegel beträgt 184 mm x 258 mm.

VI. Anzeigenformate und Preise (4C)

Format	Ansicht	Satzspiegel (b x h in mm)	Anschnitt* (b x h in mm)	Preise (zzgl. MWSt. in Euro)
2/1 Seite Innenseiten		-	420 x 297	4.250,-
1/1 Seite Umschlagsseite U2, U3, U4		184 x 258	210 x 297	2.995,-
1/1 Seite Innenseiten		184 x 258	210 x 297	2650,-
1/2 Seite hoch/quer		90 x 258 184 x 113	102 x 297 210 x 136	1.995,-
1/3 Seite hoch/quer		58 x 258 184 x 75	70 x 297 210 x 98	1.700,-
1/4 Seite hoch/quer/Eckfeld		42 x 258 184 x 56	54 x 297 210 x 80 102 x 136	1.500,-

* Beschnittzugabe: 3-5 mm an allen Außenkanten (Seitenanschluss am redaktionellen Teil ohne Beschnittzugabe), Kombi-Anzeigen mit dem Schwester-Medium „Pharma Relations“ auf Anfrage.