

Ihre Meinung ist gefragt!

Liebe Leserinnen, liebe Leser

Der Schweizerische Ärzteverlag EMH möchte Ihre Meinung über PrimaryCare wissen! Dies war das Thema der Seite «in eigener Sache» in der Ausgabe 9-10 dieser Zeitschrift. Eine beigegefügte Antwortkarte zur Erhebung Ihrer Lese- und Lesebedürfnissen konnte ausgefüllt und an den Verlag zurückgesandt werden. Diese Möglichkeit haben in den letzten Tagen viele Leserinnen und Leser wahrgenommen. Die bisherigen Rückmeldungen lassen erkennen, wie sehr sich unsere Leserschaft mit PrimaryCare auseinandersetzt, zeigen aber auch auf, wo noch Verbesserungsbedarf besteht. Parallel hierzu finden Leserbefragungen in der Schweizerischen Ärztezeitung und im Swiss Medical Forum statt. Die Ergebnisse dieser Aktionen fliessen in eine Gesamtanalyse unseres Verlagsprogramms ein, die der für Mitte des Jahres geplanten Neuausrichtung des Verlagsmarketings als Grundlage dienen wird. Fakt ist: Je mehr Leserinnen und Leser sich an dieser Umfrage beteiligen, desto umfassender kann sich ein repräsentatives Meinungsbild abzeichnen – und desto präziser können wir auf die sich hieraus ergebenden Anforderungen reagieren.

Deshalb möchte ich Sie an dieser prominenten Stelle nochmals dazu aufrufen, an unserer Leserumfrage teilzunehmen, wenn Sie dies noch nicht getan haben sollten. Wir sind brennend an Ihrer Meinung interessiert. Wir möchten eine Zeit-

schrift machen, die für Sie relevant ist. Eine Publikation, die Ihren Informations- und Lesebedürfnissen entspricht. Ein Sprachrohr, das Ihre Themen öffentlich macht. Kurz: Wir wollen Ihnen ein Medium bieten, in dem Sie sich mit Ihren Interessen und Anliegen in vollem Umfang wiederfinden. Und das dennoch auch bei den Werbekunden auf grosse Zustimmung stösst. Denn ohne Werbeeinnahmen, das muss in aller Offenheit gesagt werden, gäbe es diese Zeitschrift nicht in dieser Form und dieser Qualität.

Was aber nicht heisst, dass wir es allein recht machen wollen und hin und wieder auch ein Auge bei der redaktionellen Unabhängigkeit zuzudrücken gedenken. Ganz im Gegenteil! Nicht trotz, sondern gerade wegen der kompromisslosen Haltung, die der Schweizerische Ärzteverlag EMH in Fragen der journalistischen Ethik einnimmt, sind wir für die Werbung ein wichtiger Partner. Nur eine unabhängige und seriöse Zeitschrift kann das Vertrauen ihrer Leserinnen und Leser gewinnen und dauerhaft behalten. Eine Publikation, die von der Leserschaft nicht als seriöses Informationsmedium wahrgenommen wird, kann Werbetreibenden, die diese Leserschaft zur Zielgruppe haben, kein geeignetes Werbeumfeld bieten.

Es ist meine persönliche Überzeugung, dass sich Qualität behauptet – und PrimaryCare daher die besten Voraussetzungen mitbringt, um sich sowohl seitens der Leserschaft als auch seitens der Werbekun-

den hoher Wertschätzung zu erfreuen. Denn PrimaryCare ist kein Produkt, das von aussen in eine Zielgruppe hineingetragen wird, sondern hat seinen Ursprung inmitten der Zielgruppe. Der Rückhalt und die Akzeptanz durch unsere Leserinnen und Leser sind unsere stärksten Argumente, diesen Standpunkt vor unseren Werbekunden zu vertreten. Auch dafür benötigen wir die Ergebnisse unserer Leserumfrage. Durch Ihre Antwort bekunden Sie Ihr Interesse an PrimaryCare. Jede Rückmeldung, die wir erhalten, trägt dazu bei, unsere Position auf dem Anzeigenmarkt zu festigen.

Sollten Sie die PrimaryCare-Ausgabe 9–10 nebst der Antwortkarte nicht mehr zur Hand haben, finden Sie die Umfrage auch im Internet unter www.primarycare.ch. Hier können Sie über einen Link auf der Startseite ein entsprechendes Online-Formular aufrufen und ausfüllen.

Vielen Dank für Ihre Teilnahme.

*Thomas Gierl,
Leiter Marketing
und Kommunikation,
EMH
Schweizerischer
Ärzteverlag AG*



A votre avis?

Chères lectrices, chers lecteurs,

EMH Editions médicales suisses souhaite connaître votre opinion sur PrimaryCare! Tel était le thème de notre page «News EMH» dans le numéro 9–10 de la présente revue. Vous aviez la possibilité de compléter et de renvoyer aux éditions une carte-réponse sur vos habitudes de lecture. Nombre d'entre vous en ont fait usage au cours des derniers jours. Il ressort des réactions reçues jusqu'à présent que nos lecteurs réfléchissent beaucoup à PrimaryCare et également où il existe encore un besoin d'amélioration. Parallèlement, des enquêtes sont menées auprès des lecteurs du Bulletin des médecins suisses et du Forum Médical Suisse. Les résultats de ces actions sont intégrés dans une analyse globale de notre programme, qui servira de base à la réorientation du marketing des Editions médicales suisses EMH en milieu d'année. L'aperçu général des opinions sera d'autant plus complet et représentatif que les lectrices et les lecteurs seront nombreux à participer à l'enquête, et les réactions aux exigences exprimées dans ce contexte pourront alors être plus précises.

C'est la raison pour laquelle je souhaite à nouveau en appeler à vous et vous demander de bien vouloir participer à notre enquête, si vous ne l'avez pas encore fait. Votre opinion nous intéresse profondément. Nous aimerions réaliser une revue

qui soit pertinente pour vous. Une publication qui corresponde à vos besoins d'information et de lecture. Un écrit qui se fasse l'interprète de vos thèmes de prédilection. En résumé: nous voulons vous offrir un média qui vous offre le reflet intégral de vos intérêts et de vos demandes. Et qui rencontre également l'assentiment marqué de nos clients publicitaires. En effet, sans les recettes de la publicité, disons-le très franchement, cette revue ne pourrait pas exister dans cette forme et cette qualité.

Cela ne signifie pas pour autant que nous voulons satisfaire tout le monde et que nous envisageons de renoncer à l'indépendance de notre rédaction. Au contraire! Ce n'est pas malgré le fait que les Editions médicales suisses EMH adoptent une attitude sans compromis en matière d'éthique journalistique, mais bien grâce à celui-ci, que nous sommes un partenaire publicitaire important. Seule une revue indépendante et sérieuse permet de gagner et de conserver durablement la confiance de ses lectrices et de ses lecteurs. Une publication qui n'est pas perçue comme un média d'information sérieux par son lectorat ne peut pas offrir aux publicitaires visant celui-ci un environnement adéquat.

Je suis personnellement convaincu que la qualité s'impose et que PrimaryCare réunit les meilleures conditions pour bénéficier de l'estime tant de ses lecteurs que de

ses clients publicitaires. En effet, PrimaryCare n'est pas un produit importé de l'extérieur vers un groupe-cible. Il trouve son origine au sein même de cette cible. Le soutien et l'acceptation de nos lectrices et de nos lecteurs sont nos meilleurs arguments pour défendre ce point de vue devant nos clients publicitaires. C'est également dans ce but que nous avons besoin des résultats de notre enquête auprès des lecteurs. Votre réponse témoigne de votre intérêt pour PrimaryCare. Toute réaction que nous recevons contribue à renforcer notre position sur le marché des annonces.

Si vous avez égaré le numéro 9–10 de PrimaryCare avec la carte-réponse, vous trouverez également l'enquête sur le site Internet www.primary-care.ch. Un lien sur la page d'accueil vous permettra d'accéder au formulaire on line correspondant et de le compléter.

Merci de votre participation.

*Thomas Gierl,
Responsable Marketing
et Communication
EMH Editions médicales suisses*