

Zielgruppe Diabetiker?

11 starke Argumente für das Diabetes-Journal

1 **70.000 Auflage** IVW-geprüft – ganz im Gegensatz zu den direkten Konkurrenten am Kiosk!

2 **12 x im Jahr** attraktive redaktionelle Themenfelder für Mediakunden – nicht nur für OTC- und Medizinprodukte!

3 Das Diabetes-Journal ist **das wichtigste Beratungsorgan** direkt nach dem Arzt in der Schwerpunktpraxis.¹

4 Die Zeitschrift **erreicht regelmäßig wichtige Multiplikatoren** bei Diabetikern durch die Zusammenarbeit mit allen wichtigen Patientenverbänden!

5 Diabetes-Journal-Leser zeigen ein **hohes Vertrauen in Medienmarken** und sind **offen für Werbung**.²

6 Diabetes-Journal bietet eine **einzigartige, crossmediale Markenwelt** mit Printtitel, ePaper, Newsletter, Online-Portal diabetes-online.de, Facebook-Fanpage und Diabetes-Community Blood-Sugar-Lounge.



7 Jede Ausgabe des Diabetes-Journals wird von durchschnittlich **1,77 Personen** gelesen. Mehr als 90 % lesen alle 12 Ausgaben.¹

8 Diabetes-Journal hat **treue und zufriedene Leser**: Die durchschnittliche Abhaltbarkeit beträgt mehr als 7 Jahre.³ 96 % der Leser würden das Diabetes-Journal vermissen.¹

9 Mit **innovativen Sonderprodukten** vom Titelbooklet bis zum Leporello-Einhefter können Mediakunden die redaktionelle Kompetenz der starken Medienmarke Diabetes-Journal für Ihre Markenbotschaften nutzen.

10 Diabetes-Journal hat mit 33.000 Facebook-Fans die **mit Abstand größte Fanpage** aller deutschsprachigen Diabetes-Zeitschriften.⁴

11 Das redaktionelle Konzept des „Diabetes-Journals“ ist **passgenau auf Personas-Konzepte ausgerichtet**.²



media.kirchheim-verlag.de

Quellen: 1. Abonnentenbefragung durch GfK, 2013 | 2. Sinus Milieustudie 2010 | 3. Vertriebsauswertung | 4. Facebook