



y-doc
Wartezimmer TV

Wartezimmer TV

y-doc gilt als Erfinder von Wartezimmer TV und ist bereits seit 1999 am Markt. Mittlerweile gibt es das Medium schon in so gut wie allen Ländern. Österreich ist mit Abstand das Land mit der höchsten Abdeckung weltweit.



hohe
Glaubwürdigkeit

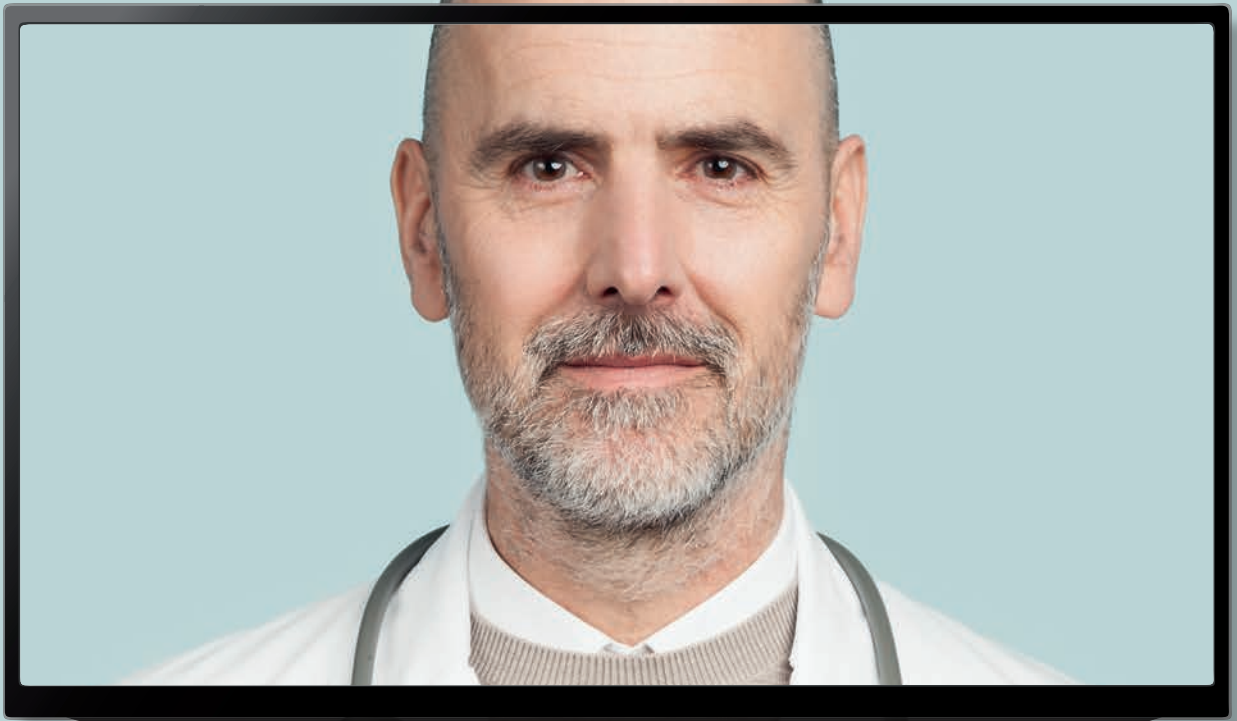
Eyecatcher

Profitieren Sie von der ablenkungs-freien Wartesituation im medizinisch-seriösen Umfeld. Wir nennen das „werben wo's wirkt“! 9 von 10 der größten Pharma-Firmen setzen bereits auf Wartezimmer TV!





40 min
ungeteilte
Aufmerksamkeit



Arzt
als
Multiplikator

Multi-Channel- Marketing

Sie erreichen sowohl Patienten, als auch TOP-Ärzte. Spots werden, weil im Wartezimmer TV gesehen, als Empfehlung des Arztes wahrgenommen. Darüber hinaus kann durch ψ -doc die Arzt-Patient-Kommunikation gezielt stimuliert werden. Nutzen Sie den Arzt als Multiplikator.

2000 X Wartezimmer



Premium Health Media

- **Massen-Medium:**
35% nationale Patienten-Reichweite 14d.*
- **Ärzte wirken:**
medizinisch-seriöses Werbeumfeld mit hoher Glaubwürdigkeit
- **Zielgruppen erreichen:**
zielgruppengerechte Buchungsmöglichkeit nach Fachrichtung, nach Ordinationsschwerpunkten, nach geografischen Merkmalen etc.
- **Hohe Aufmerksamkeit:**
maximale Sensibilität für gesundheits- und vorsorgeorientierte Produkte
- **Empfehlungsraten erhöhen:**
y-doc ergänzt den professionellen Pharma-Außendienst in Hinblick auf die Empfehlungsraten seitens der Ärzte

Full Service

**Beratung – Spotproduktion – Schaltung –
Redaktion – Arztkommunikation –
Versand von Patienteninformationsmaterial
– Sampling – Reporting**

Nutzen Sie die optimale Plattform für Awareness-, OTC- und alle anderen gesundheitsnahen Kampagnen. y-doc fungiert als effektives Consumer-Marketing-Tool. Spots werden von den Patienten, weil im Wartezimmer gesehen, als Empfehlung des Arztes wahrgenommen.

Darüber hinaus erreichen Sie bei Kampagnenplatzierung die TOP-Ärzte (Praxen mit hoher Patientenfrequenz + wichtige Meinungsbildner), die gemeinsam mit der Pharma-Industrie selektiert wurden.

2000 X Programm

- **Individuelles Programm:**

Steigert Interesse bei Patienten und Identifikation bei Ärzten

- **Prime Content:**

Hochwertige Information optimiert Impact, Kontakte und Reichweite Ihrer Kampagne

- **Geo- x Themen-Targeting:**

Mit jeder y-doc Buchung erhalten Sie das perfekte Targeting für Ihre Kampagne

Das Programm setzt sich zusammen aus: Arztteil im individuellen Design (Vorstellung der Ordination, der Leistungen, des Teams etc.), Produktinformationen (max. 6 Minuten) und fachrichtungsspezifische, saisonal angepasste Redaktion wie z.B. Reiseapotheke, Sonnenpflege etc. (max. 6 Minuten).

Die Länge des Programms ist an die durchschnittliche Wartezeit in der jeweiligen Praxis angepasst, sodass jeder Patient etwa 1,5 Programmdurchläufe sieht.

35 % Patienten-RW

- **Nationale Durchdringung:**

*y-doc erreicht mit einer Full Service Kampagne 35% aller Patienten, mit durchschnittlich 2,1 Kontakten pro Kampagne**

- **Gesunder Impact:**

y-doc ist federführend in der digitalen Gesundheitskommunikation

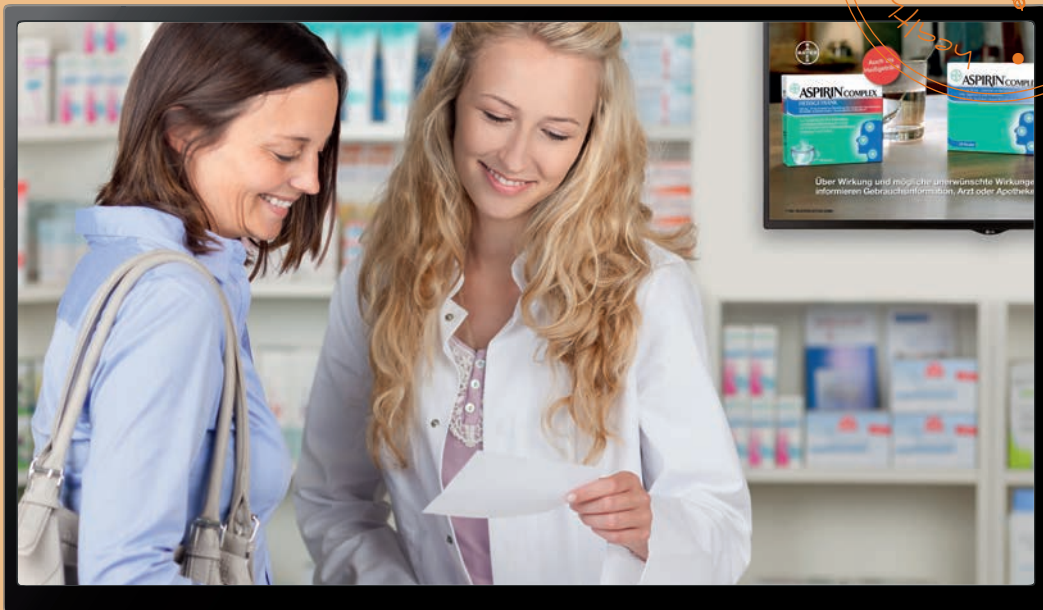
- **National, Regional, Lokal:**

Mit y-doc erreichen Sie exakt Ihre Zielgruppe ohne Streuverluste

y-doc bietet Ihnen eine TOP-Reichweite. Laut Pharmaindustrie betreuen rund 20% der Ordinationen, die bei der Auswahl zur Ausstattung mit Wartezimmer TV fokussiert wurden, 80% der Patienten. In Österreich gibt es pro Jahr 100 Mio. Patienten-Kontakte im niedergelassenen Bereich.

Durch y-doc erreichen Sie 35% all dieser Kontakte! Ihr Ziel ist exaktes Targeting statt Reichweite? Bei y-doc ist die Buchung nach Schwerpunkten wie z.B. Diabetes, Allergologie etc. möglich – sogar die geografische Selektion von Wunsch-Ordinationen.

360 X Apotheken



Premium Health Media

- **Vom Arzt zur Apotheke:**
61%* suchen nach dem Arztbesuch eine Apotheke auf. Die Verlängerung der Kampagne in die Apotheke ist daher naheliegend
- **Werbung am POS:**
erhöht den Impact der Wartezimmer TV Kampagne noch zusätzlich
- **Reichweite:**
27%**

Die perfekte Ergänzung

Screen-Werbung in Apotheken stellt die perfekte Ergänzung zu Wartezimmer TV dar. Der Wiedererkennungswert von am Wartezimmer-Bildschirm beworbenen Produkten ist extrem hoch.***

Durch den weiteren Impuls direkt am Point of Sale in der Apotheke steigt die Kaufwahrscheinlichkeit noch zusätzlich. Damit erreichen Sie den idealen Media Mix im Gesundheitswesen.

Das vierminütige Programm setzt sich zusammen aus Apotheken-Information, Redaktion und Werbung für vorwiegend apothekenexklusive Produkte.

* Quelle: Ambient Meter 2015

** Quelle: 360 von 1.340 Apotheken (österreichische Apotheker-Kammer) sind mit Screens ausgestattet

*** Vgl. y-doc Studien: www.y-doc.at

1,- Euro pro Arzt/Apotheke



Tarife & Mediadaten

Wartezimmer & Apotheken TV

- Nationale Buchung:**

1 Euro * Sekunden * Monate

* Ordination/Apotheke

Bei Buchung einer gesamten Fachrichtung national oder aller Fachrichtungen für mind. 1 Bundesland

- High-Rotation auf Anfrage**

- Selektive Buchung:**

1,50 Euro * Sekunden * Monate

* Ordination/Apotheke + 500 Euro

einmalige Selektionspauschale (Selektion von Wunsch-Praxen, etc.)

| Fachrichtung | Ärzte bzw. Screens gesamt ¹⁾ | Nettokontakte p.m. | Kampagne 20 Sek. Spot in € pro Monat | TKP pro 20 Sek. Spot in € | Patienten-RW 14d |
|---|--|-------------------------------|---|------------------------------|---------------------|
| Allgemeinmedizin | 706 | 1.680.280 | 14.120,00 | 5,60 | 27% |
| davon mit Hausapotheke | 127 | 302.260 | 2.540,00 | 5,60 | ²⁾ |
| davon ohne Hausapotheke | 579 | 1.378.020 | 11.580,00 | 5,60 | |
| Anästhesiologie | 15 | 17.850 | 300,00 | 11,20 | |
| Augenheilkunde | 91 | 185.640 | 1.820,00 | 6,54 | 34% |
| Chirurgie | 95 | 129.200 | 1.900,00 | 9,80 | |
| Dermatologie | 85 | 144.500 | 1.700,00 | 7,84 | 34% |
| Gynäkologie | 185 | 204.425 | 3.700,00 | 12,07 | 36% |
| HNO | 36 | 33.660 | 720,00 | 14,26 | 31% |
| Innere Medizin | 136 | 92.480 | 2.720,00 | 19,61 | 39% |
| Kinderheilkunde | 70 | 71.400 | 1.400,00 | 13,07 | 26% |
| Labor | 22 | 93.500 | 440,00 | 3,14 | |
| Lungenheilkunde | 25 | 34.000 | 500,00 | 9,80 | 36% |
| Neurologie | 30 | 30.600 | 600,00 | 13,07 | |
| Orthopädie | 74 | 100.640 | 1.480,00 | 9,80 | 33% |
| Physikalische Med. und Physiotherapie | 28 | 28.560 | 560,00 | 13,07 | |
| Psychiatrie/Psychologie/Psychotherapie | 9 | 9.180 | 180,00 | 13,07 | |
| Radiologie | 65 | 254.150 | 1.300,00 | 3,41 | |
| Urologie | 61 | 62.220 | 1.220,00 | 13,07 | 26% |
| Zahn-Mund-Kieferheilkunde u. -chirurgie | 268 | 182.240 | 5.360,00 | 19,61 | 31% |
| Ärzte gesamt | 2.001 | 3.354.525³⁾ | 40.020,00 | Ø: 7,95 | 35% |
| Apotheken | 358 | 2.685.000⁴⁾ | 7.160,00 | Ø: 2,67 | 27% |

¹⁾ Inkl. Screens in Ambulanzen und angemeldete Ärzte

²⁾ nicht erhoben

³⁾ 35% von 8,3 Mio. Patientenbesuchen bei niedergelassenen Ärzten plus 408.000 Nettokontakte bei Ambulanzen/GKK p.m.

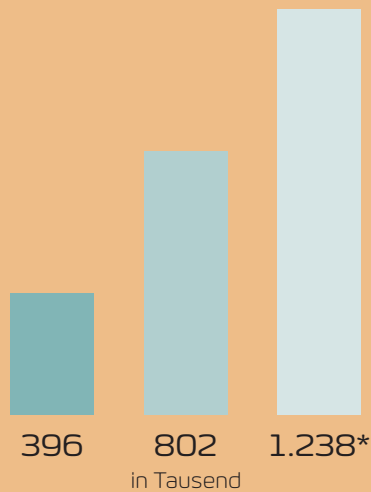
⁴⁾ 27% von 9 Mio. Apothekenbesuchen p.m

Stand Mai 2017, alle Preisangaben zuzüglich gesetzlicher Abgaben und Steuern, unverbindliche, nicht kartellierte Richtpreise, vorbehaltlich Druck und Satzfehler.

35% Patienten-RW

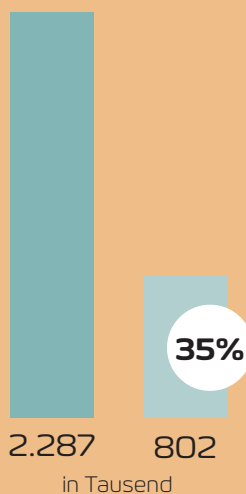
Reichweite national:

6% 13% 20%



- in der letzten Woche Wartezimmer TV gesehen
- in den letzten 14 Tagen Wartezimmer TV gesehen
- im letzten Monat Wartezimmer TV gesehen

Patienten-Reichweite:



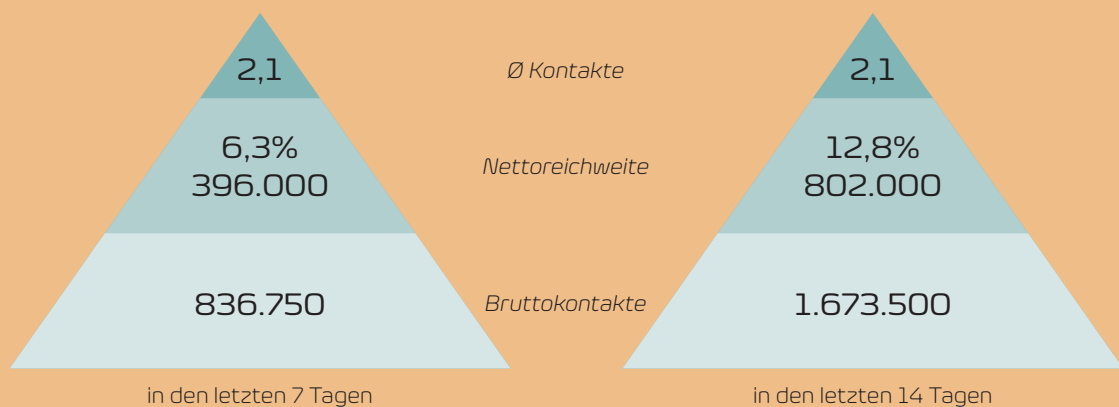
- in den letzten 14 Tagen in einer Arztpraxis gewesen
- in den letzten 14 Tagen Wartezimmer TV gesehen

Quelle: Ambient Meter 2017 n=4.000 €14-69 Jahre, GfK-Austria/TMC

* 1.238.000 Personen sind einmalige Nettokontakte von Einzelpersonen. Wiederholte Besuche sowie Besuche bei weiteren Ärzten während des Befragungszeitraumes wurden hier nicht mitgezählt.

2,1 X Kontakte

Mediakennzahlen: Mit Werbung im Wartezimmer TV werden über 800.000 Personen mehr als 2 mal in 14 Tagen erreicht.



Ambient Meter 2017 - TMC/GfK

Grundgesamtheit: Österreicher 14 - 69 Jahre
(6.258.000)

Stichprobengröße: 4.000 Online Interviews
österreichweit

Sampling: Internet-Nutzer aus dem
Adressen-Pool von GfK Austria

Gewichtung: Bundesland, Geschlecht, Alter,
Bildung, Beruf

Befragungsmethode: CAWI = Computer Assisted Web
Interviews

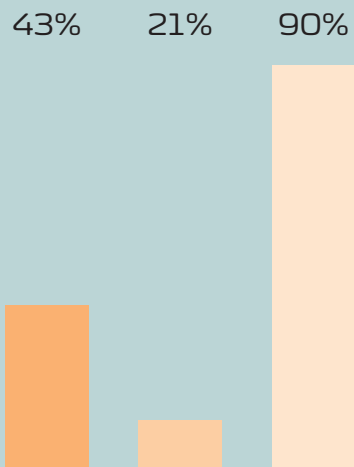
Feldzeit: 22.03 - 09.04.2017

Auftraggeber & TMC

Koordination: The Media Consultants

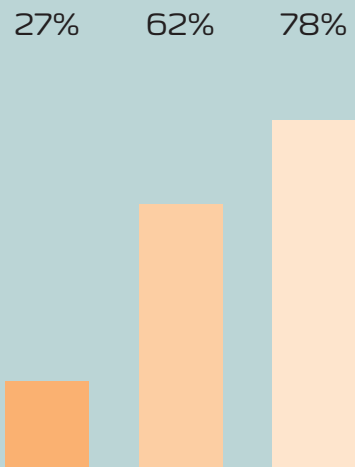
90% Vorsprung

Empfehlungsverhalten der Ärzte: Im Zuge der Befragung (Produkt zur Nahrungsergänzung) wurde der Erfolg von y-doc mit jenem des Außendienstes verglichen.



Allgemeinmediziner

- nur Außendienst
- nur Wartezimmer TV
- Außendienstbesuch plus Wartezimmer TV



Gynäkologen

- nur Außendienst
- nur Wartezimmer TV
- Außendienstbesuch plus Wartezimmer TV



Michael Richter
Geschäftsleitung
+43-732-60 27 28-0
+43-699-19 65 20 10
m.richter@y-doc.at



Mag. Sandra Poppenreiter
Mediaberatung
Pharma & Agenturen
+43-732-60 27 28-12
+43-699-19 65 20 12
s.poppenreiter@y-doc.at



Mag. Julia Wolfsgrubner
Mediaberatung
Non-Pharma & Agenturen
+43-732-60 27 28-13
+43-699-19 65 20 13
j.wolfsgrubner@y-doc.at



y-doc
wartezimmer TV

y-doc Inh. Michael Richter
Bürgerstraße 6
A 4020 Linz
+43-732-60 27 28-0
info@y-doc.at
www.y-doc.at