

## MEDIADATEN 2026

### Medical Tribune von Ärzten für Ärzte

PRINT • PREISLISTE NR. 61 AB 1. JANUAR 2026

Erscheinungsweise:  
zweiwöchentlich, freitags

# MEDICAL TRIBUNE

www.medical-tribune.de

Von Ärzten für Ärzte



60. Jahrgang Nr. 13 2682 4. Juli 2025

#### TOP-THEMEN

**Kranke Nerven belasten die Psyche**  
Krankheiten werden auch zu wenig beachtet. 6

**Von Borreliose bis Rosmaris**  
Der heisse pfälzische Präparate ist bei Rheuma-kranke umstritten. 8

**Altenheimreform stärkt die Väter**  
Tipp zur erfolgreichen kar-dinalen Prävention. 10

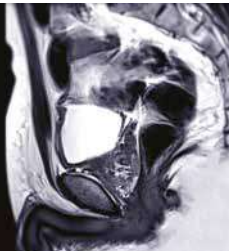
**Krankenhauserform, die nächste Runde**  
„Zielsetzung, nicht verwir-tern“ – was heißt das für die kleine Mediat? 14



**Praxisteam müssen fit werden in IT-Sicherheit**  
WV kann Schulungen, ein-fernenheit und Musterbe-kennung als Hilfe an. 18

## Screening auf Prostatakrebs im Wandel

Rektale Untersuchung fliegt raus,  
PSA-Testung und MRT übernehmen



Die Kontrolluntersuchung der aktuali-sierten D-Leitlinie zum Prostatakrebs-schleim hat einige Veränderungen für die Praxis gebracht. Auf der einen Seite scheint es naheliegend, sich nicht auf die erprobte Untersuchungsgangart zu verlassen und die betroffene Person im Zweifelsfall zu lassen.

führt. Doch nicht alle Patienten sind überfordert. Neben dem ZNS wird auch das ZNS getestet, um man alle Männer ab 45 Jahren das zweijährige Screening anbieten soll. Insbesondere bei Malignen, Benignen und Epigonen seien viele Fra-gen möglich.

Geschätzt würden 600.000  
MRT-Untersuchungen  
zusätzlich pro Jahr anfallen

#### Mehr Geld, sonst Kündigung

Ein Praxisbezieher erklärt, was Arbeitgeber bei versuchter „Gehaltsanpassung“ tun können

„Wenn ich nicht besser bezahlt wer-de, kündige ich.“ Dieser Satz empfindet viele Arbeitgeber, auf der einen Seite scheint es naheliegend, sich nicht auf die erprobte Verhandlungsgangart zu verlassen und die betroffene Person im Zweifelsfall zu lassen.

Doch genau dieser Reflex sei gefährlich, meint Praxisbezieher Wolfgang Apf. Wie versuche, die Kündigungs-drohung auszuhebeln, indem er seine Praxis darstellt. Denn für HFA gibt es durchaus attraktive Arbeitsgeber, die besser zahlen können, etwa MVZ.

Wenn eine Mitarbeiterin darüber nach-dacht, beginnt oft der Rest des Teams, sich ebenfalls als Info zu versichern, erklärt Apf. Offene Stellen nachzuhe-ben, um sicher zu sein, dass die Gehalt einer Person ausreicht. Auch neue Angebote finde man nur zu einem Ge-

ren, marktüblichen Gehalt. Obendrein müssen die neuen eingeführt werden und sind erst einmal weniger effizient. Apf ist deshalb nur „Zugzwang“ – mit einem überhöhten Gehalt kann, Außerdem weiß er, wie man so gar nicht erst so weit kommen lässt. 13

#### Sieben Tage für die Zukunft

Wie eine Hausärztin ein Dorf für den Klimaschutz mobilisiert

Wie kann Medizin dem Klimawandel entgegenwirken? Im rheinischen Kleinstädtchen ist die Antwort eine: Woche voller Aktionen. Die Hausärztin Dr. Verena Gellert organisiert regelmäßig eine Familie und engagierter Bürgerinnen und Bürger der „Klimaschule“. Angebote werden in eine Stadtplanung, eine Pro-duktions-Erkennung und eine Führung ermöglicht.

zum Thema ökologischer Wohnen. Dr. Gellert rückt die psychischen und physischen Belastungen durch Hitze und Frost. Derartige Veranstaltungen sind die Kolonne der Chance. „Wir können den Menschen zeigen, dass Ge-sundheit und Klimawandel einand-er zusammenhängen.“ Zudem werden Initiativen nicht nur gemacht und ein Austausch ermöglicht. 12

#### Was hilft gegen den Säureaufstieg?

Nachdem bei der Behandlung der gastroenterologischen Be-klagen Lebensstiländerungen nicht aus, kann mit medikamentösen Optionen eine OP verordnet werden. Was man bei der Therapie beachten muss, lesen Sie auf Seite 5



Seit über 50 Jahren gehört die Medical Tribune zu den beliebtesten und meist-gelesenen Fachtiteln für niedergelassene Ärztinnen und Ärzte.

**Charakteristik:** Eine zeitgerechte Mischung praxisrelevanter Themen aus Medizin, Gesundheits- und Berufspolitik sowie fachspezifischer Wirtschaftsfragen. Medical Tribune verwirklicht vielseitige Fortbildung, persönliche Beratung und ein zielgruppenspezifisches Themenspektrum für niedergelassene Ärztinnen und Ärzte in einem erfolgreichen Zeitungskonzept.

Die Erfolgsgeschichte der Medical Tribune wird seit fünf Jahrzehnten von der unabhängigen Leserschaftsuntersuchung (LA-MED) dokumentiert.

## Hauptzielgruppe:

alle niedergelassenen Allgemeinmediziner, Praktiker und Internisten

## Auflage:

55.000 Exemplare

## Bezugspreis:

Jahresabonnement für Ärzte und sonstige Bezieher

Inland € 124,60 (inkl. MwSt. und Versand)

Ermäßigt € 95,80 (inkl. MwSt. und Versand)

Student € 82,40 (inkl. MwSt. und Versand)



QB5

## Ressourcenschonende Produktion bei der Medical Tribune:

Seit Frühjahr 2017 werden die Zeitungen der Medical Tribune auf 100% Recyclingpapier gedruckt. Außerdem konnten durch Prozessoptimierungen im Druckprozess Energieeinsatz, Papierabfall sowie Luft- und Wasser-Emissionen gemindert werden. Durch diese Umstellungen hat unsere Druckerei das anerkannteste Ökosiegel „Blauer Engel“ erhalten.





**IHRE ANSPRECHPARTNERIN:**

**Alexandra Ulbrich**  
**Teamleitung Media**

T +49 611 9746-121

F +49 611 9746 480-112

mtd-anzeigen@medtrix.group

**Druckunterlagen:**

Die Anzeigendaten senden Sie bitte als hochaufgelöste Composite-PDF-Datei (Version 1.3–1.5) per E-Mail an: [mtd-anzeigen@medtrix.group](mailto:mtd-anzeigen@medtrix.group)

Weitere Informationen entnehmen Sie bitte den Technischen Daten unter [www.medical-tribune.de/spec](http://www.medical-tribune.de/spec)

Unsere Allgemeinen Geschäftsbedingungen finden Sie unter [www.medical-tribune.de/agb](http://www.medical-tribune.de/agb)

**Verlag:**

MedTriX GmbH  
Unter den Eichen 5, 65195 Wiesbaden  
T +49 611 9746-0

**Bankverbindung:**

HVB / UniCredit Bank AG  
IBAN: DE12 7002 0270 0015 7644 62  
BIC: HYVEDEMMXXX

**Zahlungsbedingungen:**

Rein netto Kasse innerhalb 30 Tagen nach Rechnungsstellung.  
Barauslagen für Fremdleistungen sind nicht skontierbar.

**Mehrwertsteuer:**

Alle Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.  
Gemäß den gesetzlichen Bestimmungen wird der jeweils gültige  
Mehrwertsteuersatz gesondert auf der Rechnung ausgewiesen.  
USt-IdNr.: DE 206 862 684

**Geschäftsbedingungen:**

Für die Abwicklung von Anzeigenaufträgen gelten im Übrigen die  
„Allgemeinen Geschäftsbedingungen für Anzeigen in Zeitschriften“  
und die zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Verlages.

**AE-Provision:** 10 %

**Rücktrittsrecht:** bis 8 Wochen vor Erscheinen

Medical Tribune ist Mitglied der Informationsgemeinschaft zur Feststellung  
der Verbreitung von Werbeträgern (IVW) e.V.



Leseranalysen stehen zur Verfügung

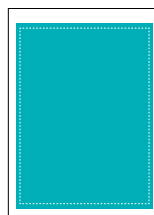


Mitglied der Arbeitsgemeinschaft LA-MED  
Kommunikationsforschung im Gesundheitswesen e.V.

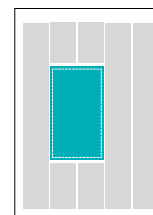
**Format** (Breite x Höhe), **Anzeigenpreis** rabattfähig, 4-farbig Euroscala/s/w



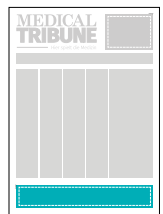
**Titel Seite 1  
oben**  
100 x 73 mm  
2 Spalten  
**5.900 €**



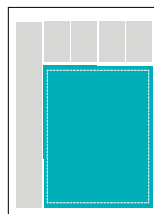
**1/1 Seite**  
286 x 390 mm\*  
5 Spalten  
**12.630 €**



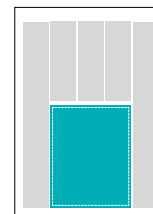
**Insel**  
112 x 195 mm\*  
2 Spalten  
**7.900 €**



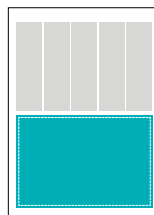
**Titel Seite 1  
unten**  
286 x 48 mm\*  
5 Spalten  
**8.200 €**



**A4 Seite**  
228 x 297 mm\*  
4 Spalten  
**10.390 €**



**A5 Seite**  
170 x 215 mm\*  
3 Spalten  
**7.130 €**



**1/2 Seite**  
286 x 195 mm\*  
5 Spalten  
**9.690 €**

\* zzgl. 3 mm Anschnitt und 4 mm Sicherheitsabstand für Texte und Gestaltungselemente

### Rabatte

ab	6	Einschaltungen	5 %
ab	12	Einschaltungen	10 %
ab	20	Einschaltungen	15 %

Die Summe aller Einschaltungen innerhalb eines Kalenderjahres ist Grundlage für die Ermittlung des Staffelpreises. Bei verschiedenen Formaten bzw. Format-Kombinationen gilt jedes einzelne Format als eine Einschaltung.

### Beilagen

Einschaltgebühr maschinell (inkl. Postgebühr)	bis 70 g	€ 160,-	o/oo	ab 71 g	€ 190,-	o/oo
Einschaltgebühr manuell (inkl. Postgebühr)	bis 70 g	€ 230,-	o/oo	ab 71 g	€ 260,-	o/oo
Postkartenbeilage (inkl. Postgebühr)		€ 95,-	o/oo			
nicht rabattierbar						

Alle Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer. Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen.

Die konkrete Themenplanung für alle Bereiche immer aktuell unter [www.medical-tribune.de/themenplaner](http://www.medical-tribune.de/themenplaner)



MT Nr.	ET	AZ u. DU*	Themen
<b>Januar</b> <span>1. Quartal</span>			
1	16.01.26	17.12.25	Kardiologie, Gastroenterologie, Rheumatologie, Pädiatrie
2	30.01.26	16.01.26	Pneumologie, Diabetologie, Wundversorgung, Psychiatrie
<b>Februar</b>			
3	13.02.26	30.01.26	Kardiologie, Schmerzmedizin, HNO, Onkologie
4	27.02.26	13.02.26	Infektiologie/Impfen, Gastroenterologie, Dermatologie, Neurologie
<b>März</b>			
5	13.03.26	27.02.26	Rheumatologie, Pneumologie, Ernährungsmedizin, Nephrologie
6	27.03.26	13.03.26	Diabetologie, Kardiologie, Sportmedizin, Naturheilkunde
<b>April</b> <span>2. Quartal</span>			
7	10.04.26	27.03.26	Reisemedizin, Infektiologie/Impfen, Angiologie, Pädiatrie
8	24.04.26	10.04.26	Gastroenterologie, Pneumologie, Allergologie, Schmerzmedizin
<b>Mai</b>			
9	08.05.26	24.04.26	DGIM-Kongress 26, Rheumatologie, Psychiatrie, HNO
10	22.05.26	08.05.26	DGIM-Kongress 26, Kardiologie
<b>Juni</b>			
11	05.06.26	22.05.26	DGIM-Kongress 26, Schmerzmedizin
12	19.06.26	03.06.26	DGIM-Kongress 26, Infektiologie/Impfen
<b>Juli</b> <span>3. Quartal</span>			
13	03.07.26	19.06.26	Pneumologie, Gastroenterologie, Naturheilkunde, Urologie
14	17.07.26	03.07.26	Diabetologie, Ernährungsmedizin, Allergologie, Neurologie

Die konkrete Themenplanung für alle Bereiche immer aktuell unter [www.medical-tribune.de/themenplaner](http://www.medical-tribune.de/themenplaner)



MT Nr.	ET	AZ u. DU*	Themen
<b>August</b>			
15	14.08.26	31.07.26	Kardiologie, Rheumatologie, Pädiatrie, Hepatologie
16	28.08.26	14.08.26	Schmerzmedizin, Pneumologie, Dermatologie, Nephrologie
<b>September</b>			
17	11.09.26	28.08.26	Infektiologie/Impfen, Diabetologie, Psychiatrie, HNO
18	25.09.26	11.09.26	Rheumatologie, Gastroenterologie, Onkologie, Gynäkologie
<b>Oktober</b> 4. Quartal			
19	09.10.26	25.09.26	Kardiologie, Pneumologie, Naturheilkunde, Endokrinologie
20	16.10.26	02.10.26	Diabetologie, Schmerzmedizin, Gastroenterologie, Dermatologie
21	23.10.26	09.10.26	Augenheilkunde, Infektiologie/Impfen, Allergologie, Orthopädie
<b>November</b>			
22	06.11.26	23.10.26	Pneumologie, Rheumatologie, Angiologie, Neurologie
23	13.11.26	30.10.26	Kardiologie, Nephrologie, Ernährungsmedizin, Reisemedizin
24	20.11.26	06.11.26	Schmerzmedizin, Gastroenterologie, Pädiatrie, Sportmedizin
<b>Dezember</b>			
25	04.12.26	20.11.26	Infektiologie/Impfen, Rheumatologie, Diabetologie, Dermatologie
26	11.12.26	27.11.26	Jahresendausgabe

\* digital beim Verlag vorliegend / Änderungen vorbehalten

ET = Erscheinungstermin, AZ = Anzeigenschluss, DU = Druckunterlagenschluss

## Inter Medical Report

**Format:** 1/1 Seite

**Platzierung:** im Heft integriert

**Charakteristik:** Auf einer ganzen Seite werden nach bewährtem redaktionellem Basiskonzept und im klassischen MT-Layout Berichte und Interviews – meist von wissenschaftlichen Symposien oder Pressekonferenzen – realisiert. Varianten sind nach Rücksprache mit der Redaktion jederzeit möglich. Die Abstimmung der Sonderpublikation erfolgt nach individuellem Konzept und Briefing.

## Praxisworkshop

**Format:** 1/2 Seite

**Platzierung:** im Heft integriert

**Charakteristik:** Direkter Nutzwert am Patienten – unter dieser Prämisse wurde diese innovative Form der Sonderpublikation konzipiert. Besonders nachhaltig wird sie durch ihren Seriencharakter. Nach individuellem Briefing konzipieren unsere Fachredakteure praxisnahe Kommunikationstools, die Ärztinnen und Ärzten wesentliche Botschaften am Fallbeispiel, in Diskussion mit sachkundigen Kollegen und mit Flankierung erinnerungsstarker Karikaturen oder Featuremotive vermitteln.

Weitere Sonderpublikationsmöglichkeiten stellen wir Ihnen gerne persönlich vor.





## AdSpecials – die besonderen Anzeigenformate

AdSpecials sprengen den Rahmen klassischer Anzeigen. Die erhöhte Aufmerksamkeit, der individuelle Zusatznutzen, die vielfältigen Gestaltungsmöglichkeiten und der außergewöhnliche Markenauftritt sprechen für die Wirkung von AdSpecials in Print.

Print mit allen Sinnen – nutzen Sie unsere journalistische Fachkompetenz für Ihren Erfolg!



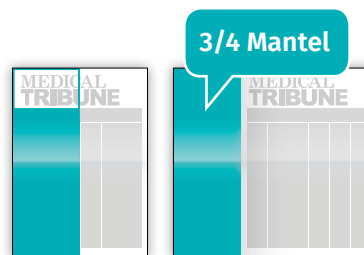
Die Überlagerung von Werbefläche, Redaktion und Zeitungskopf macht diese Sonderwerbeform exklusiv.

**Platzierung:** Mantel um die ganze Zeitung



Bietet viel Platz für Ihre Produktvorstellung. Perfekt etwa, um eine Neueinführung zu präsentieren.

**Platzierung:** U1, U2, wird mitgedruckt



Diese Kombination bietet eine wirkungsvolle Präsenz für Ihre Marke.

**Platzierung:**  
Mantel um die ganze Zeitung  
1/2 U1 / U2 + U3 + U4

Preise und weitere Möglichkeiten auf Anfrage.

Bitte beachten Sie bei allen Sonderwerbeformen verlängerte Vorlaufzeiten von ca. 6 Wochen.

Das Supplement **Medical Tribune Magazin** ist eine Mischung aus aktuellen Informationen zu Diagnostik und Therapie, News aus Forschung und Wissenschaft, anspruchsvollen Reportagen, außergewöhnlichen Unternehmensporträts und hochkarätigen Interviews – thematisch vielfältig, kreativ bildgewaltig in der Darstellung, anspruchsvoll und geistreich.

Über Praxismanagement und Gesundheitspolitik wird mit hoher Alltagsrelevanz und Mut zum Standpunkt berichtet – auch das unterscheidet das MT Magazin von anderen Titeln am Markt. Die Digitalausgabe ergänzt die Printausgabe um informative Extras, diagnostische Bildstreifen und Videoformate.

Mit dieser journalistischen Qualität und Themenvielfalt im Magazinformat erreicht das Medical Tribune Magazin die anspruchsvolle Leserschaft der Ärzte und bietet damit ein hochattraktives Umfeld für Insertionen oder ein Singlesponsoring.

Die Beilage des MT Magazins kann in sämtlichen Titeln der Medical Tribune erfolgen. Wir beraten Sie gerne bzgl. der konkreten Umsetzungsmöglichkeiten.







**Stephan Kröck**  
**Geschäftsführer**  
stephan.kroeck@medtrix.group



**Björn Lindenau**  
**Media-, Vertriebs- und Verkaufsleitung**  
T +49 611 9746-120  
M +49 151 52 60 55 02  
bjoern.lindenau@medtrix.group



**Josef Hakam**  
**Key Account Manager**  
T +49 611 9746-119  
M +49 172 61 19 018  
josef.hakam@medtrix.group



**Lukas Koch**  
**Key Account Manager**  
T +49 611 9746-129  
M +49 171 83 26 951  
lukas.koch@medtrix.group



**Christiane Schlenger**  
**Key Account Managerin**  
T +49 611 9746-446  
M +49 151 18 52 97 82  
christiane.schlenger@medtrix.group