

Der Titel ist speziell auf den **Informationsbedarf von niedergelassenen Neurologen und Psychiatern** ausgerichtet und verschafft – nach dem bewährten MT-Konzept – einen raschen, aber nachhaltigen Überblick.

Im Medizinteil wird in attraktiven Rubriken über aktuelle Fortschritte in Diagnostik und Therapie sowie Highlights von nationalen und internationalen Kongressen und auch interdisziplinär relevante Themen berichtet.

Ergänzt wird das Angebot durch fachgruppenspezifische Informationen aus Gesundheits- und Standespolitik sowie Wirtschaftsthemen.

Die Redaktion wird bei der Erarbeitung der Themen durch einen wissenschaftlichen Beirat unterstützt.

Buchen Sie
unseren Newsletter:
[medical-tribune.de/
neuroletter](http://medical-tribune.de/neuroletter)



Hauptzielgruppe:

alle niedergelassenen Fach- und Klinikärzte (Chef- und Oberärzte) der Fachgruppen Neurologie, Psychiatrie, Nervenheilkunde und Psychotherapie

Auflage:

12.125 Exemplare

Bezugspreis:

Jahresabonnement für Ärzte und sonstige Bezieher

Inland € 32,20 (inkl. MwSt. und Versand)

Ermäßigt/Student € 22,70 (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

Weitere Informationen entnehmen Sie bitte den Technischen Daten unter www.medical-tribune.de/spec

Unsere Allgemeinen Geschäftsbedingungen finden Sie unter 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 Neurologie · Psychiatrie ist Mitglied der Informations-
gemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern (IVW) e.V.




Leseranalysen stehen zur Verfügung




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

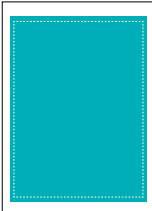
Formate (Breite x Höhe), **Anzeigenpreise** rabattfähig, 4-farbig Euroscala/s/w



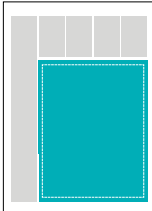
Titel Seite 1 oben
100 x 73 mm*
2 Spalten
2.300 €



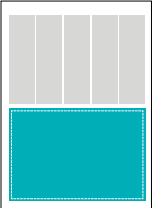
Titel Seite 1 unten
286 x 67 mm*
5 Spalten
2.500 €



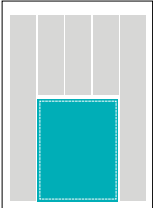
1/1 Seite
286 x 390 mm*
5 Spalten
4.750 €



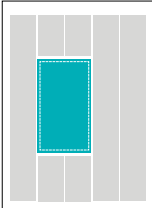
A4 Seite
228 x 297 mm*
4 Spalten
4.400 €



1/2 Seite
286 x 195 mm*
5 Spalten
3.100 €



A5 Seite
170 x 215 mm*
3 Spalten
2.800 €



Insel
112 x 195 mm*
2 Spalten
3.000 €

Beilagen

Einschaltgebühr maschinell (inkl. Postgebühr)

bis 70 g € 160,- o/oo

ab 71 g € 190,- o/oo

Postkartenbeilage (inkl. Postgebühr) nicht rabattierbar

€ 95,- o/oo

Rabatte

ab 3 Einschaltungen 5 %

ab 6 Einschaltungen 10 %

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

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

Monat	Nr.	ET	AZ u. DU*	Kongresse
Februar	1	20.02.26	03.02.26	DGN-Kongress, Teil II (05.–08.11.25, Berlin) DGPPN-Kongress, Teil I (26.–29.11.25, Berlin)
April	2	17.04.26	27.03.26	ANIM, Teil I (05.–07.02.26, Dortmund) Neuro-Update, Teil I (20.–21.03.26, Mainz) DGN-Kongress, Teil III (05.–08.11.25, Berlin) DGPPN-Kongress, Teil II (26.–29.11.25, Berlin) Psychiatrie-Update, Teil I (27.–28.02.26, Mainz)
Juni	3	19.06.26	29.05.26	ANIM, Teil II (05.–07.02.26, Dortmund) Deutscher Kongress für Parkinson und Bewegungsstörungen (16.–18.04.26, Leipzig) Neuro-Update, Teil II (20.–21.03.26, Mainz) Psychiatrie-Update, Teil II (27.–28.02.26, Mainz)
September	4	11.09.26	25.08.26	DGfE-Jahrestagung, Teil I (10.–13.06.26, Würzburg) EAN (27.–30.06.26, Genf)
Oktober	5	23.10.26	06.10.26	DGfE-Jahrestagung, Teil II (10.–13.06.26, Würzburg)
Dezember	6	04.12.26	17.11.26	Deutscher Schmerzkongress (21.–24.10.26, Mannheim) DGN-Kongress, Teil I (04.–07.11.26, Berlin)

* 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.

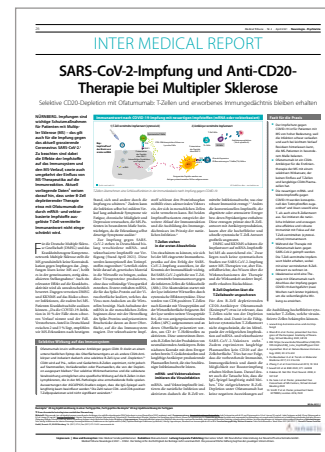
News

Format: 1/2 Seite

Platzierung: im Heft integriert

Charakteristik: Auf einer halben Seite präsentiert dieses MT-Format unserer Fachartztitel alle wichtigen Informationen, die Ärztin und Arzt in zehn Minuten erfassen können. Zur Ausarbeitung des redaktionellen Kompaktkonzeptes kann ein breites Quellspektrum, von wissenschaftlichen Veranstaltungen über Interviews und Expertengespräche bis zu Fachliteratur, herangezogen werden.

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!



Macht neugierig und verführt zum Öffnen – das volle Format beeindruckt.

Platzierung: im redaktionellen Umfeld, Mitte einer Lage

Preise und weitere Möglichkeiten auf Anfrage.

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



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

Platzierung: U1, U2, wird mitgedruckt



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