

MEDIADATEN 2027

diabetes zeitung

in Kooperation mit der Deutschen Diabetes Gesellschaft

PRINT · PREISLISTE NR. 12 AB 1. JANUAR 2027

Errscheinungsweise:
monatlich (8 x im Jahr)



Diabetestechnologie & Digitalisierung
WISSEN: In der Ratgeber Zeitschrift „Digitalisierung kompakt“ erfahren Sie Neues aus dem Bereich der Diabetestechnologie.

BERLIN. Jeder Fünfte, der stationär im Krankenhaus behandelt wird, hat Diabetes. Eine neue bundesweite Analyse von über 6,1 Millionen Krankenhausfällen zeigt jetzt in Kliniken mit einem DDG Zertifikat ist die Sterblichkeit von Menschen mit Diabetes

DDG Zertifikat rettet Leben
Niedrige Sterblichkeit bei durch die DDG zertifizierten Kliniken

Kliniken behandeln. Diese Fälle des Diabetes sind erst seit 2017 in DDG-zertifizierte Kliniken, hatten pro Jahr etwa 1.140 Todesfälle – und sind nun „getestet“ worden. „Kliniken“, sagt Dr. Marie Kautzmann, „die keine Diabeteskommission haben, sind in der Regel nicht zertifiziert.“

BERLIN. Bei der AG Nachwuchs ist auch viel in Sachen Versorgung und Nachwuchsbedeutung. Was geplant ist und was noch Handlungsbedarf hat, berichtet Dr. Rebecca Spies (aus dem Sprecheramt). Dr. Jutta Lauer und Schirmherrin Prof. Dr. Hennerke Karcher im Interview. 17

Es ist noch nicht so weit

Die DDG hat ein Positionspapier zum Typ-1-Diabetes-Screening ausgearbeitet

BERLIN. Sollte es ein bevölkerungsweites Screening auf Typ-1-Diabetes geben? Diese Frage versucht die Deutsche Diabetes Gesellschaft in ihrem kürzlich erschienenen Positionspapier zu beantworten. Zwar ist die wissenschaftliche Entwicklung schon weit vorangeschritten und es ist zudem möglich, die Manifestation eines Typ-1-Diabetes mithilfe

des monoklonalen Antikörper-Tests (Diplomate) zu veranlassen – dennoch gibt es noch viele Fragen, die in der Zukunft gelöst werden müssen, um das Screening in der Breite zu verankern. 7

Im Positionspapier finden sich aber auch Vorschläge, welche Voraussetzungen noch erfüllt werden müssen, um das Screening in der Breite zu verankern. 7

Ein Ökosystem für Gesundheitsdaten

BERLIN. Ein neues Gesetz (GesDG) soll die digitale Transformation von Gesundheitsdaten und -diensten fördern und die Entwicklung von digitalen Diensten

Gute Struktur – und mehr rein als raus!

BERLIN. Während der Mitgliederversammlung wurde klar, dass die DDG mehr Ein- als Ausströme vorziehen. Auch wenn es vor allem die richtigen Strukturen zu verbessern, die es gibt. 11

Keine ziemlich besten Freunde

BERLIN. Was passiert mit der Mundmaus, wenn Menschen mithilfe von KI-Personen-Entscheidungen Entscheidungen treffen? Die Studie zeigt, dass es nicht eindeutig ist, ob es gibt. 11



Revolution vor 25 Jahren wirkt nach

BERLIN. „Ein revolutionärer Akt“ war die Gründung der Kommission Apotheker in der Diabetesliga (DAG-DiG) vor 25 Jahren gewesen, so Dr. Alexander Bruns, der langjährige Sprecher. Während des Symposiums beim Diabetes-Kongress wurde auch gefordert, dass vor allem auch mehr geschlechtsspezifische Möglichkeiten der Kooperation zwischen Apothekern und Ärzten in der Diabetesversorgung genutzt werden können. 18



diabetes zeitung in Kooperation mit der Deutschen Diabetes Gesellschaft.

Im Einvernehmen mit der DDG plant ein medizinisch-wissenschaftlicher Beirat gemeinsam mit der Fachredaktion die Inhalte.

Die große und steigende Prävalenz des Typ-2-Diabetes in Deutschland, die Dringlichkeit einer frühen Diagnose und Versorgung sowie die zunehmende Komplexität der Therapieoptionen stellen stetig wachsende Anforderungen an das Wissen und praktische Know-how der Ärzte in der Basisversorgung und in allen involvierten Fachgebieten.

Die diabetes zeitung stellt sich diesen Herausforderungen und liefert dem Leser eine unverzichtbare Übersicht über die aktuellen Entwicklungen.

Hauptzielgruppe:

Mitglieder der DDG, niedergelassene Praktiker, Internisten und Allgemeinmediziner sowie alle interessierten Ärzte

Auflage:

21.000 Exemplare

Bezugspreis:

Jahresabonnement für Ärzte und sonstige Bezieher

Inland 49,80 € (inkl. MwSt. und Versand)

Ermäßigt/Student 38,70 € (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



IHRE ANSPRECHPARTNERIN:

Sophie Ludwig
Media

T +49 611 9746-124

F +49 611 9746 480-112

mtd-anzeigen@medtrix.group

Druckunterlagen:

Die Anzeigendaten senden Sie bitte als PDF-Datei per E-Mail an: mtd-anzeigen@medtrix.group

Weitere Informationen finden Sie auf der folgenden Seite.

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



Titel	diabetes zeitung
Zeitschriftenformat	315 mm breit, 440 mm hoch
Satzspiegel	286 mm breit, 390 mm hoch
Druck- und Bindeverfahren	Rollenoffset, Zeitungslagen

Anzeigengestaltung

Bei Anzeigen im Anschnitt müssen relevante Motivateile (Texte, Logos, Bildcredits etc.) mit mindestens 5 mm Abstand zum Beschnitt und zum Bund angelegt werden. Für gute Lesbarkeit empfehlen wir eine Mindest-Schriftgröße von 6 pt. Dunkle Linien auf hellem Hintergrund sollten mindestens 0,25 pt stark sein, helle Linien auf dunklem Hintergrund mindestens 0,5 pt.

Datenformat

Anlieferung von Daten im PDF-Format, Version PDF/X-1a, Auflösung von Bildern mindestens 300 dpi, Strichgrafiken (z.B. Texte, Infografiken) mindestens 800 dpi. Anlage im Originalformat zzgl. 3 mm Beschnittzugabe rundum und Schnittmarken.

Farbprofile PSO LWC Improved

Kostenloser Download der Farbprofile: www.eci.org

Datenarchivierung

Daten werden archiviert. Unveränderte Wiederholungen sind deshalb in der Regel möglich. Eine Datengarantie wird jedoch nicht übernommen.

Gewährleistung

1. Für die Aufnahme von Anzeigen in bestimmte Nummern oder Ausgaben oder an bestimmten Plätzen wird keine Gewähr geleistet.
2. Der Verlag gewährleistet die drucktechnisch einwandfreie Wiedergabe

der Anzeigen entsprechend Ausdruck auf Auflagenpapier nach ISO 12647-2. Voraussetzung ist die Zusendung von PDF-Dateien entsprechend den technischen Vorgaben. Sollten PDF-Dateien Bilder im RGB-Farbraum, Sonderfarben, einen zu hohen Farbauftrag oder Transparenzen enthalten, werden diese ohne weitere Rücksprache konvertiert. Dabei übernimmt der Verlag keine Gewährleistung für Farbverbindlichkeit und Vollständigkeit des Motivs.

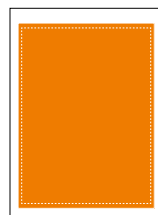
3. Reklamationen müssen vom Auftraggeber bei offensichtlichen Mängeln spätestens innerhalb von zwei Wochen nach Eingang der Rechnung geltend gemacht werden. Nicht offensichtliche Mängel muss der Auftraggeber spätestens ein Jahr nach Veröffentlichung der entsprechenden Druckschrift reklamieren. Bei fehlerhaftem Abdruck einer Anzeige, trotz rechtzeitiger Lieferung einwandfreier Druckvorlagen und rechtzeitiger Reklamation, kann der Auftraggeber den Abdruck einer einwandfreien Ersatzanzeige (Nacherfüllung) verlangen. Der Anspruch auf Nacherfüllung ist ausgeschlossen, wenn dies für den Verlag mit unverhältnismäßigen Kosten verbunden ist. Lässt der Verlag eine ihm gesetzte angemessene Frist verstreichen, so hat der Auftraggeber das Recht vom Vertrag zurückzutreten oder Zahlungsminderung in dem Ausmaß geltend zu machen, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Gewährleistungsansprüche von Kaufleuten als Auftraggeber verjähren innerhalb 12 Monate nach Veröffentlichung der entsprechenden Anzeige oder Beilage.

5. Sind etwaige Mängel bei den Druckunterlagen nicht sofort erkennbar, sondern werden diese erst beim Druckvorgang deutlich, so hat der Kunde bei ungenügendem Abdruck keine Ansprüche.

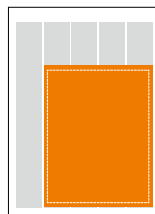
6. Beachtet der Kunde die Empfehlungen des Verlags zur Erstellung und Übermittlung von digitalen Druckunterlagen nicht, so stehen ihm keine Ansprüche wegen fehlerhafter Anzeigenveröffentlichung zu.

7. Der Kunde haftet dafür, dass die übermittelten Dateien frei von Schadsoftware sind. Dateien mit Schadsoftware kann der Verlag löschen, ohne dass der Kunde hieraus Ansprüche herleiten könnte. Der Verlag behält sich zudem Ersatzansprüche vor, wenn die Schadsoftware beim Verlag weiteren Schaden verursacht.

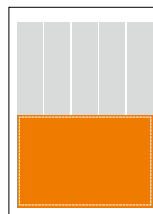
Formate (Breite x Höhe), **Anzeigenpreise** rabattfähig, 4-farbig Euroscala/s/w



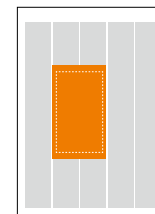
1/1 Seite
286 x 390 mm*
5 Spalten
9.220 €



A4 Seite
228 x 297 mm*
4 Spalten
7.720 €



1/2 Seite
286 x 195 mm*
5 Spalten
7.220 €



Insel
112 x 195 mm*
2 Spalten
7.220 €

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

Rabatte

ab 3 Einschaltungen 5 %

ab 6 Einschaltungen 10 %

Beilagen

Einschaltgebühr maschinell (inkl. Postgebühr)

bis 70 g 5.800 €

ab 71 g 6.200 €

Postkartenbeilage (inkl. Postgebühr) 3.600 €

nicht rabattierbar

Alle Preise verstehen sich abzüglich 10 % Agenturprovision und zzgl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer.
Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen.

Nr.	ET	AS u. DU*	Kongresse	Beilage
1	17.02.2027	15.01.2027	Diabetes Herbsttagung 2026, Teil II (13. – 14.11.26, Dresden) diatec, Teil I (28. – 30.01.27, Berlin)	
2	14.04.2027	10.03.2027	diatec, Teil II (28. – 30.01.27, Berlin) Jahrestagung der AG Diabetischer Fuß (26. – 27.02.27, Leipzig)	TDK
3	02.06.2027	26.04.2027	ATTD, Teil I (03.-06.03.27, Paris) Diabetes Kongress, Teil I (05.-08.05.27, Berlin) Diabetes Update (26. – 27.02.27, Mainz) DGIM (10. – 13.04.27, Wiesbaden)	
4	14.07.2027	11.06.2027	ATTD, Teil II (03.-06.03.27, Paris) Diabetes Kongress, Teil II (05. – 08.05.27, Berlin)	TDK
5	22.09.2027	20.08.2027	Diabetes Kongress, Teil III (05. – 08.05.27, Berlin)	
6	27.10.2027	24.09.2027	EASD (21. – 24.09.27, Budapest)	TDK
7	24.11.2027	22.10.2027		
8	15.12.2027	12.11.2027	Diabetes Herbsttagung, Teil I (19. – 20.11.27, Wiesbaden) JA-PED (25 – 27.11.27, Garching)	TDK

* digital beim Verlag vorliegend / Änderungen vorbehalten

ET = Erscheinungstermin, AS = Anzeigenschluss, DU = Druckunterlagenschluss

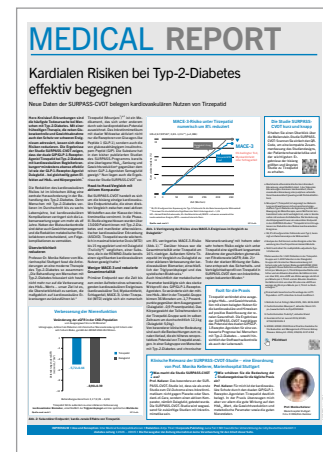


Medical Report

Format: 1/1 Seite oder 1/2 Seite

Platzierung: im Heft integriert

Charakteristik: Auf einer ganzen oder halben Seite werden nach redaktionellem Basiskonzept Berichte und Interviews – z.B. 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.



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.



Hohe Aufmerksamkeit durch
Überraschungseffekt.

Platzierung: im redaktionellen
Umfeld, zzgl. Kosten für Folgeanzeige



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