

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 2882 4. Juli 2025

TOP-THEMEN

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

Von Borreliose bis Rosmaris
Der bayerische Pfälzer ist bei Rheuma-kranken umstritten. 8

Altenheimreform stärkt die Väter
Tipp zur erfolgreichen kar-riärenwahl. 10

Krankenhauserform, die nächste Runde
„Zielsetzung, nicht verwir-ren“ – was heißt das für die kleine Medizin? 14



Praxisteams müssen fit werden in IT-Sicherheit
WV-Sicherheitsmaßnahmen, von Servern und Mails. 16

Screening auf Prostatakrebs im Wandel

Rektale Untersuchung fliegt raus, PSA-Testung und MRT übernehmen



Die Kontrollen der Prostatakrebs-Screening-Tests sind im Wandel. Seit dem 2017 ge-zeigten Vergleich in den Fokus, der-zeitlich, durch eine MRT-Untersuchung künftig noch mehr Teil der Krebsvorsorge sein. Zu häufig führt sie zu falsch-positiven Befunden

führen. Doch nicht alle Patienten sind überfordert. Neben dem 2017 ge-zeigten Test, ab dem allen Männern ab 50 Jahren das zweijährliche Screening anbieten soll. Insbesondere bei Männern, denen und Experten sehen viele Fra-gen umgelassen.

Geschätzt würden 600.000 MRT-Untersuchungen zusätzlich pro Jahr anfallen

Mehr Geld, sonst Kündigung

Ein Praxisbesitzer erklärt, was Arbeitgeber bei versuchter „Gehaltssteigerung“ tun können

„Wenn ich nicht besser bezahlt wer-de, kündige ich.“ Dieser Satz empfin-det Arbeitgeber, auf den neuen Blick scheint es naheliegend, sich nicht auf die erwartete Verhandlungsge-stein einlassen und die betreffende Person im Zweifelsfall zu lassen.

Doch genau dieser Reflex sei gefähr-lich, meint Praxisberater Wollfing. „Wer versucht, die Kündigungs-geheimnisse, riskiert, mit seiner Praxis darzulegen. Denn für HPA gibt es durchaus attraktive Arbeitsge-legenheiten, die besser zahlen können, etwa MVZ.“

Wenn eine Mitarbeiterin darüber nach-denkt, beginnt oft der Rest des Teams, sich ebenfalls eine Idee zu machen, erklärt Apf. Offene Stellen nachzu-be-setzen, sei zudem besser als die Gehäl-ter einer Person anzupassen. Auch neue Angebote finde man nur so einem Fir-

men, marktüblichen Gehalt. Obsondere müssen die neuen eingeführt werden und sind erst einmal weniger effizient. Apf ist deshalb nur „Zugzwang“ – mit einem überhöhten Gehalt. Außerdem weiß sie, 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 Hunsrück leitet die Hausärztin eine Woche voller Aktionen. Die Hausärztin Dr. Venedi führt organisierte Initiativen für Familie und engagierter Bürgerinnen und Bürger. Dr. J. Klemm, rhein-land-pfälzische Ministerin für Klima- und Klimaschutz. Angebote wurden in eine ein-Stunden-Exkursion, eine Pro-gramm-Exkursion und eine Führung

zum Thema ökologischer Weinbau. Dr. Call selbst rückt die persönlichen und öffentlichen Beziehungen durch Hitz- und Frost. Derzeitige Verantwortli-chen sind die Kollegen als Chefs. „Wir können den Menschen zeigen, dass Ge-sundheit und Klimawandel verbindli-che Zusammenhänge.“ Zudem werden Initiativen nicht nur gemacht und ein Austausch ermöglicht. 12

Was hilft gegen den Säureaufstieg?

Reichen bei der Behandlung die gastroenterologischen Behan-derungen? Lebensstiländerungen nicht aus, kann mit medikamentö-sen Optionen eine OP verbin-det 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
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 ist Mitglied der Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern (IVW) e.V.



Leseranalysen stehen zur Verfügung.

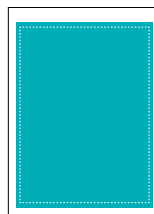


LA-MED Arbeitsgemeinschaft
Leseranalyse medizinischer Fachzeitschriften
geprüft API-Studie 2019

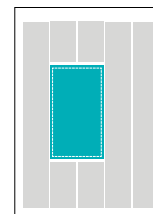
Format (Breite x Höhe), **Anzeigenpreis** rabattfähig, 4-farbig Euroscala/s/w



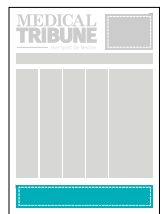
**Titel Seite 1
oben**
100 x 73 mm
2 Spalten
5.900 €



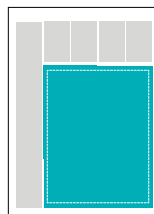
1/1 Seite
286 x 390 mm*
5 Spalten
12.630 €



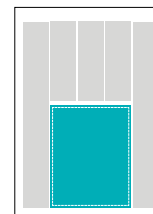
Insel
112 x 195 mm*
2 Spalten
7.900 €



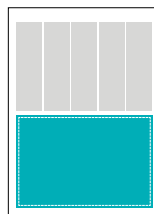
**Titel Seite 1
unten**
286 x 48 mm*
5 Spalten
8.200 €



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



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



MT Nr.	ET	AZ u. DU*	Themen
August			
15	14.08.26	31.07.26	Kardiologie, Rheumatologie, Pädiatrie, Hepatologie
16	28.08.26	14.08.26	Schmerzmedizin, Pneumologie, Dermatologie, Nephrologie
September			
17	11.09.26	28.08.26	Infektiologie/Impfen, Diabetologie, Psychiatrie, HNO
18	25.09.26	11.09.26	Rheumatologie, Gastroenterologie, Onkologie, Gynäkologie
Oktober 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
November			
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
Dezember			
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.

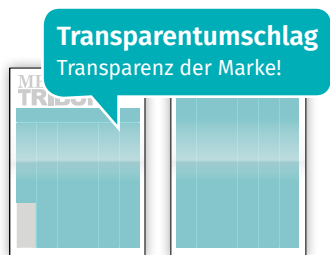
Weitere Sonderpublikationsmöglichkeiten stellen wir Ihnen gerne persönlich vor.



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!



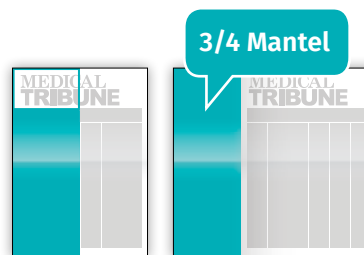
Die Überlagerung von Werbefläche, Redaktion und Zeitungskopf macht diese Sonderwerbeform exklusiv.

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.



MEDIADATEN 2026

Medical Tribune Pneumologie · Allergologie

PRINT · PREISLISTE NR. 11 AB 1. JANUAR 2026

Erscheinungsweise:
6 Ausgaben/Jahr

www.medical-tribune.de

Pneumologie · Allergologie

10. Jahrgang Nr. 1 · 9326 Februar 2025

TOP-THEMEN

Bei Antibiotika nicht immer alle Register ziehen
Wenn eine Pneumonie Ceftriaxon und Makrolide erfordert, 3

Essenstoffsäurekpletion mit durchschlagender Wirkung?
Der klinische Nutzen bleibt noch vom Ausbleib zu urteilen, 6

Unbegleiteter Pilz als Urheuschäfer in der Lunge
Kohortenstudie zeigt, dass eine individuelle Behandlung, 8

Selbstbestimmungsrecht am Lebensende, aber wie?
Das Thema assistierter Suizid sorgt weiter für Kontroversen, 15

Was Karikaturen vorantreibt
Gesellschaften und Kassen für Profiteure und Profiteure, 16

MedTriX™



Blauer Dunst ohne Ende?

Woran die Eindämmung des Tabakkonsums scheitert

Deutschland hat komplett mit der höchsten Raucherquote. Das ist ein trauriger Rekord mit dramatischen Folgen nicht nur für die pulmonale Gesundheit, meint Prof. Dr. Wilfried Watzl vom der Lungengift-Klinik Marheim. Um Bronchialkarzinome und COPD zurückzudrängen, brau-

che es deutlich mehr Anstrengungen von der Politik, der Medien und der Ärzteschaft. Letztere dürfte nicht mehr werden, Patienten und Patienten mit Fakten von einem Raucherstopp zu überzeugen. Und eine neue dabei klar sein: E-Zigaretten sind weder harmlos noch eignen sie sich

als Alternative zu herkömmlichem Rauchwerk. Sie enthalten einen Chemikalienmix mit weitgehend unbekannten Zusammenhängen und bergen insbesondere für junge Menschen ein enormes Suchtpotenzial. Trotzdem sollte einer Regulierung entgegen im Wege – zumindest heranzudenken. 2

Von Pinguinen und Politisierung

Demokratie und Umwelt schützen – eine ärztliche Aufgabe?

Der Arzt und TV-Moderator Dr. Eckart von Hippel hat einen Kampf mit einem Jähren vor allem für die „planetare Gesundheit“. Antirenen und Antirenen des Nordes wegen nicht zu überlegen, wenn es um Themen wie Klimawandel, Desinformation und

Demokratieentwicklung geht, erklärt er im MT-Interview. Denn „ein körperlich und seelisch gesundes Leben wird immer schwieriger“. Wie man Populismus und Wissenschaftlerinnen begreift und was das alles mit Pinguinen zu tun hat. 14

Zufallsbefund Lungenrundherd

Bei der Beurteilung von zitierten Lungenrundherden spielen neben der Anamnese Faktoren wie Größe, Begleitbefunde und Wachstumsverhalten eine Schlüsselrolle. 11

KOMMENTAR

Annette Wanner
Kommunikations-
Medizin Tribune

Kann offensichtlich doch gehackt werden

Lassen Sie Ihre Koffer offen, und in einer Passagier gibt, der Einbruch starker macht? Natürlich nicht. Vor allem nicht, wenn Sie wertvolle Dinge im Koffer haben.

Zum Jahreswechsel hat der Chiemsee Computer Club, eine Vereinigung ethischer Hackerinnen und Hacker, gemeinsame Aktivitäten in das System der elektronischen Patientenakte aufgedeckt. Sie konnten sich fremde APK beschaffen, sie haben mehrere Wege ausgetastet, wie man Zugang zu Patientendaten erhält, und sie haben eine Möglichkeit gefunden, gesicherter Zugriff auf 70.000 Daten Patientendaten zu erhalten. Die Gematik hatte auf die Identifizierung gesichert, dass die APKs nicht mehr technisch möglich, die durchgehende APK aber nicht mehr sicherheitlich, da diese z.B. die Regeln der DSGVO verletzen. In Karte und zwar für eine Zeit. Unbefugter Zugriff auf die APKs war aber noch nicht möglich.

Man könnte meinen, die Gematik wäre nicht auf IT-Sicherheit und Technik, sondern auf die abschreckende Wirkung von Paragrafen. Leider nicht. Es gibt. Stattdessen wurde ein Antragsformular für Signatur und Signatur der D-Trust GmbH Cyber eine Cyberangriff. D-Trust gibt es, ein elektronisches Heilmittelkassen heraus, Antragsformulare von der Vorstufe.

Der PneumoLetter
Behalten Sie den Durchblick in der Pneumologie



Jetzt Newsletter gratis sichern!



Scannen & Newsletter abonnieren:
qr.medical-tribune.de/
pneumoletter

MEDICAL TRIBUNE

[MTX]

Der Fachtitel „**Medical Tribune Pneumologie · Allergologie**“ ist speziell auf den **Informationsbedarf von Pneumologen und Allergologen** ausgerichtet und verschafft – nach dem bewährten MT-Konzept – einen raschen, aber nachhaltigen Überblick. Der Medizinteil sieht attraktive Rubriken vor:

- Berichte von nationalen und internationalen Kongressen
- Berichte über nationale und internationale Publikationen
- Kasuistiken
- Reportagen
- Interviews

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

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



Hauptzielgruppe: Pneumologen und Lungenfachärzte, Allergologen und Internisten

Auflage: 5.000 Exemplare

Bezugspreis: Jahresabonnement für Ärzte und sonstige Bezieher

Inland	€ 32,20	(inkl. MwSt. und Versand)
Ermäßigt/Student	€ 22,70	(inkl. MwSt. und Versand)



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

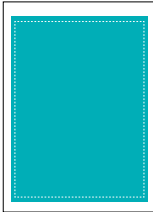
Formate (Breite x Höhe), **Anzeigenpreise** rabattfähig, 4-farbig Euroscala/s/w



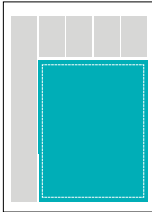
Titel Seite 1 oben
100 x 73 mm*
2 Spalten
2.700 €



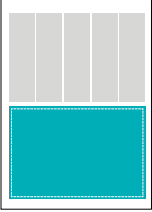
Titel Seite 1 unten
286 x 67 mm*
5 Spalten
3.100 €



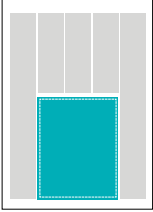
1/1 Seite
286 x 390 mm*
5 Spalten
5.890 €



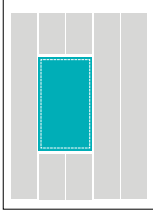
A4 Seite
228 x 297 mm*
4 Spalten
5.300 €



1/2 Seite
286 x 195 mm*
5 Spalten
4.100 €



A5 Seite
170 x 215 mm*
3 Spalten
3.200 €



Insel
112 x 195 mm*
2 Spalten
3.600 €

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	24.02.26	06.02.26	Pneumo Update (21.-22.11.25, Berlin)
April	2	21.04.26	02.04.26	Allergo-Update (06.-07.03.26, Berlin) DGP, Teil I (18.-21.03.26, München)
Juni	3	09.06.26	21.05.26	DGIM (18.-21.04.26, Wiesbaden) DGP, Teil II (18.-21.03.26, München)
August	4	25.08.26	07.08.26	DGP, Teil III (18.-21.03.26, München) FoBi (06.-10.07.26, München)
Oktober	5	13.10.26	25.09.26	ERS, Teil I (05.-09.09.26, Barcelona)
November	6	24.11.26	06.11.26	Dt. Allergiekongress (01.-03.10.26, Wiesbaden) ERS, Teil II (05.-09.09.26, Barcelona)

* 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.

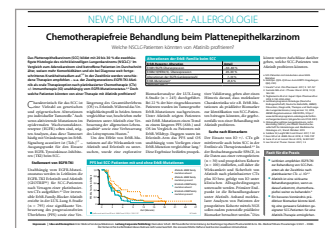
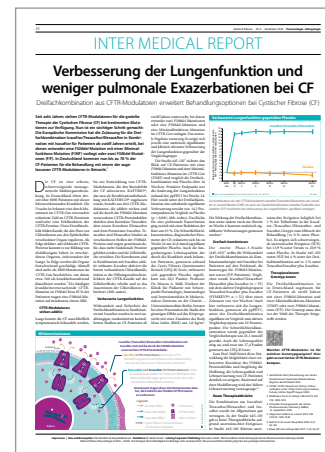
News

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

MEDIADATEN 2026

Medical Tribune Onkologie · Hämatologie

PRINT · PREISLISTE NR. 21 AB 1. JANUAR 2026

**Erscheinungsweise:
11 Ausgaben/Jahr**

www.medical-tribune.de

Onkologie · Hämatologie

20. Jahrgang Nr. 5 · 73497 · Mai 2025

TOP-THEMEN

Was neben Krebs noch Einfluss hat in der LD-CT
Mit dem zunehmenden Einfluss von Tumoren auf die Lebenserwartung...

Dunkle Haut benötigt einen anderen Fokus
In der Onkologie ist die Hauterkrankung ein Thema, das bisher wenig Beachtung fand...

IV-BALL: Neue CAR-T-Zellen stehen in den Startlöchern
Die Entwicklung von CAR-T-Zellen ist ein wichtiger Schritt in der Krebstherapie...

Antikoagulation mit kalter Dosis möglich
Die Antikoagulation ist ein wichtiger Bestandteil der Therapie bei Krebspatienten...

Auch Sexualberatung gehört dazu
Die Sexualität ist ein wichtiger Bestandteil des Lebens und sollte in der Onkologie nicht vernachlässigt werden...

Die Krebsmedizin hat sich in vielen Regionen Deutschlands rückwärts entwickelt
Die Krebsmedizin hat sich in vielen Regionen Deutschlands rückwärts entwickelt...

Die Krebsmedizin hat sich in vielen Regionen Deutschlands rückwärts entwickelt
Die Krebsmedizin hat sich in vielen Regionen Deutschlands rückwärts entwickelt...

Die Krebsmedizin hat sich in vielen Regionen Deutschlands rückwärts entwickelt
Die Krebsmedizin hat sich in vielen Regionen Deutschlands rückwärts entwickelt...

Die Krebsmedizin hat sich in vielen Regionen Deutschlands rückwärts entwickelt
Die Krebsmedizin hat sich in vielen Regionen Deutschlands rückwärts entwickelt...

Die Krebsmedizin hat sich in vielen Regionen Deutschlands rückwärts entwickelt
Die Krebsmedizin hat sich in vielen Regionen Deutschlands rückwärts entwickelt...

Die Krebsmedizin hat sich in vielen Regionen Deutschlands rückwärts entwickelt
Die Krebsmedizin hat sich in vielen Regionen Deutschlands rückwärts entwickelt...

Die Krebsmedizin hat sich in vielen Regionen Deutschlands rückwärts entwickelt
Die Krebsmedizin hat sich in vielen Regionen Deutschlands rückwärts entwickelt...

Die Krebsmedizin hat sich in vielen Regionen Deutschlands rückwärts entwickelt
Die Krebsmedizin hat sich in vielen Regionen Deutschlands rückwärts entwickelt...

Die Krebsmedizin hat sich in vielen Regionen Deutschlands rückwärts entwickelt
Die Krebsmedizin hat sich in vielen Regionen Deutschlands rückwärts entwickelt...

Die Krebsmedizin hat sich in vielen Regionen Deutschlands rückwärts entwickelt
Die Krebsmedizin hat sich in vielen Regionen Deutschlands rückwärts entwickelt...

Die Krebsmedizin hat sich in vielen Regionen Deutschlands rückwärts entwickelt
Die Krebsmedizin hat sich in vielen Regionen Deutschlands rückwärts entwickelt...

Die Krebsmedizin hat sich in vielen Regionen Deutschlands rückwärts entwickelt
Die Krebsmedizin hat sich in vielen Regionen Deutschlands rückwärts entwickelt...

In Krebsregisterdaten zeigen sich Defizite

Individuelle sozioökonomische Zusammenhänge fehlen



Photo: iStockphoto.com/Andreas Kersch

Schont Klima und Geldbeutel

Warum der Verzicht auf Desfluran einen Unterschied macht

Sehen Stunden im OP unter Desfluran oder mit dem CO₂-Desfluranmischgas aus? Die Antwort ist: Ja, wenn man die Kosten und den CO₂-Fußabdruck betrachtet. Desfluran ist ein sehr wirksames Narkosemittel, aber es ist auch sehr teuer und hat einen hohen CO₂-Fußabdruck. Die Verwendung von CO₂-Desfluranmischgas kann die Kosten senken und den CO₂-Fußabdruck reduzieren.

Online-Terminvergabe unter Kritik

Verbraucherschutz fordern Mindeststandards

Terminvergabe über Internet: Was ist das? Die Online-Terminvergabe ist eine Möglichkeit, Termine für Arztbesuche online zu buchen. Dies kann die Wartezeit verkürzen und die Terminvergabe vereinfachen. Allerdings gibt es auch Kritik an der Online-Terminvergabe, da sie zu einer Verringerung der persönlichen Betreuung führen könnte.

So fördern Sie die Resilienz

Viele Patienten mit Krebs und psychisch stark belastet. Wie sie Resilienz fördern können, um mit der Diagnose umzugehen, ist ein wichtiges Thema. Resilienz ist die Fähigkeit, mit Stress und schwierigen Situationen umzugehen und sich davon zu erholen. Es gibt verschiedene Möglichkeiten, die Resilienz zu fördern, wie zum Beispiel durch Sport, Meditation und soziale Unterstützung.

Ohren auf – Onkologie an im Podcast für Mediziner:innen



Photo: iStockphoto.com/Andreas Kersch

KOMMENTAR



Fonds statt Haftungstreit

In den vergangenen beiden Jahren haben sich mehr Verträge als je zuvor wegen möglicher Behandlungsfehler an die Tumor-Krankenkassen gemeldet. 6.541 Fälle waren es 2024. Bisher ist noch kein Urteil über die Haftung der Tumor-Krankenkassen gefällt. Die Tumor-Krankenkassen sind verpflichtet, die Kosten für die Behandlung zu übernehmen.

Damit können und müssen Fonds errichtet werden, um die Kosten der Behandlung zu übernehmen. Dies ist eine wichtige Maßnahme, um die Patienten vor Haftungstreiten zu schützen. Die Tumor-Krankenkassen sind verpflichtet, die Kosten für die Behandlung zu übernehmen. Dies ist eine wichtige Maßnahme, um die Patienten vor Haftungstreiten zu schützen.

Damit können und müssen Fonds errichtet werden, um die Kosten der Behandlung zu übernehmen. Dies ist eine wichtige Maßnahme, um die Patienten vor Haftungstreiten zu schützen. Die Tumor-Krankenkassen sind verpflichtet, die Kosten für die Behandlung zu übernehmen. Dies ist eine wichtige Maßnahme, um die Patienten vor Haftungstreiten zu schützen.

Der Titel ist speziell auf den **Informationsbedarf von hämatologisch und onkologisch tätigen/interessierten Ärzten** 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.

Hauptzielgruppe: niedergelassene Fachärzte und Klinikärzte (Chef- und Oberärzte) der Fachgruppen Onkologie und Hämatologie sowie onkologisch tätige Gynäkologen, Lungenfachärzte, Urologen und Gastroenterologen sowie Klinikärzte (Chef- und Oberärzte) mit Fachrichtung Dermatologie

Auflage: 15.000 Exemplare

Bezugspreis: Jahresabonnement für Ärzte und sonstige Bezieher
Inland € 48,40 (inkl. MwSt. und Versand)
Ermäßigt/Student € 37,60 (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.

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





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



Leseranalysen stehen zur Verfügung.



LA-MED Arbeitsgemeinschaft
Leseranalyse medizinischer Fachzeitschriften
geprüft Onkologie-Studie 2024

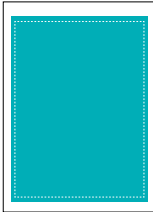
Formate (Breite x Höhe), **Anzeigenpreise** rabattfähig, 4-farbig Euroscala/s/w



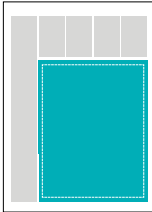
Titel Seite 1 oben
100 x 73 mm*
2 Spalten
3.150 €



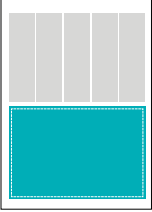
Titel Seite 1 unten
286 x 67 mm*
5 Spalten
3.400 €



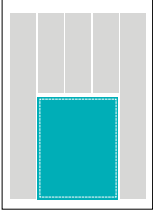
1/1 Seite
286 x 390 mm*
5 Spalten
6.850 €



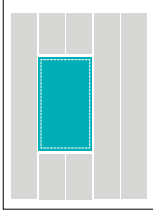
A4 Seite
228 x 297 mm*
4 Spalten
6.100 €



1/2 Seite
286 x 195 mm*
5 Spalten
4.400 €



A5 Seite
170 x 215 mm*
3 Spalten
3.500 €



Insel
112 x 195 mm*
2 Spalten
4.200 €

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
Januar	1	30.01.26	14.01.26	ASH, Teil I (06.-09.12.25, Orlando) SABCS, Teil I (09.-12.12.25, San Antonio)
Februar	2	27.02.26	11.02.26	ASH, Teil II (06.-09.12.25, Orlando) SABCS, Teil II (09.-12.12.25, San Antonio)
März	3	27.03.26	11.03.26	ASCO-GI (08.-10.01.26, San Francisco) ASCO-GU (26.-28.02.26, San Francisco) Deutscher Krebskongress (18.-21.02.26, Berlin)
April	4	24.04.26	08.04.26	AGO Mamma (14.03.26) EAU (13.-16.03.26, London) European Lung Cancer Congress (25.-28.03.26, Kopenhagen)
Mai	5	29.05.26	08.05.26	EADO (23.-25.04.26, Prag) EBMT (22.-25.03.26, Madrid)
Juni	6	26.06.26	10.06.26	ASCO, Teil I (29.05.-02.06.26, Chicago) ESMO Breast Cancer Congress (06.-08.05.26, Berlin)
Juli	7	31.07.26	15.07.26	ASCO, Teil II (29.05.-02.06.26, Chicago) EHA (11.-14.06.26, Stockholm)
September	8/9	25.09.26	09.09.26	ESMO GI (01.-04.07.26, München) Senologie (11.-13.06.26, München)
Oktober	10	30.10.26	14.10.26	ADO (09.-12.09.26, Leipzig) WCLC (12.-15.09.26, Seoul)
November	11	27.11.26	11.11.26	DGHO, Teil I (09.-12.10.26, Wien) ESMO, Teil I (23.-27.10.26, Madrid)
Dezember	12	11.12.26	25.11.26	DGHO, Teil II (09.-12.10.26, Wien) ESMO, Teil II (23.-27.10.26, Madrid)

* 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.

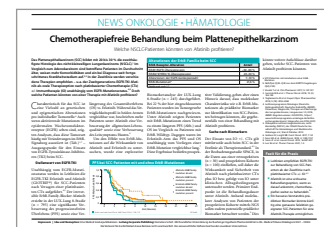
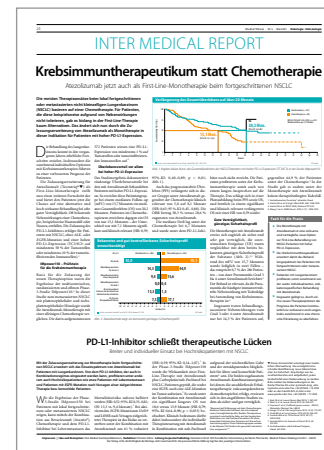
News

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

Der Fachtitel „**Medical Tribune Dermatologie**“ ist speziell auf den **Informationsbedarf von Dermatologen** ausgerichtet und verschafft – nach dem bewährten MT-Konzept – einen raschen, aber nachhaltigen Überblick. Der Medizinteil sieht attraktive Rubriken vor:

- Berichte von nationalen und internationalen Kongressen
- Berichte über nationale und internationale Publikationen
- Kasuistiken
- Reportagen
- Interviews

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

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



Hauptzielgruppe:

Dermatologen

Auflage:

6.500 Exemplare

Bezugspreis:

Jahresabonnement für Ärzte und sonstige Bezieher

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

Ermäßigt/Student € 22,70 (inkl. MwSt. und Versand)



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



Leseranalysen stehen zur Verfügung.



LA-MED Arbeitsgemeinschaft
Leseranalyse medizinischer Fachzeitschriften
geprüft Facharzt-Studie 2024

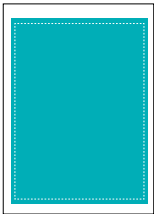
Formate (Breite x Höhe), **Anzeigenpreise** rabattfähig, 4-farbig Euroscala/s/w



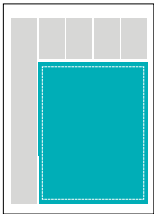
Titel Seite 1 oben
100 x 73 mm*
2 Spalten
2.890 €



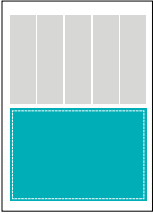
Titel Seite 1 unten
286 x 67 mm*
5 Spalten
3.290 €



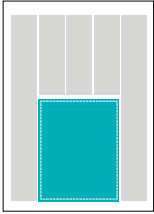
1/1 Seite
286 x 390 mm*
5 Spalten
6.350 €



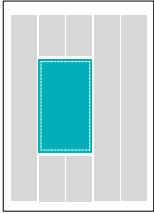
A4 Seite
228 x 297 mm*
4 Spalten
5.890 €



1/2 Seite
286 x 195 mm*
5 Spalten
4.850 €



A5 Seite
170 x 215 mm*
3 Spalten
3.950 €



Insel
112 x 195 mm*
2 Spalten
3.790 €

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	Themen
Februar	1	17.02.26	30.01.26	Nürnberger Wundkongress (04.-05.12.25, Nürnberg)	Wunden
April	2	07.04.26	20.03.26	Dermatologie kompakt+praxisnah (26.-28.12.25, Leipzig)	Atopische Dermatitis
Juni	3	09.06.26	22.05.26	22nd EADO (23.-25.04.26, Prag)	Hautkrebs
September	4	01.09.26	14.08.26		Pruritus, Prurigo
November	5	03.11.26	16.10.26	Deutscher Hautkrebskongress (09.-12.09.26, Leipzig) EADV (30.09.-03.10.26, Wien)	Psoriasis
Dezember	6	08.12.26	20.11.26	Derma-Update (26)	Infektionen

* 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 Facharzttitel 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

Der Zeitfaktor spielt in der ärztlichen Praxis eine ganz wesentliche Rolle. Das gilt auch in puncto Fortbildung. Regelmäßig Originalarbeiten zu lesen oder Kongresse zu besuchen, ist im Praxisalltag ein schwieriges Unterfangen, zumal die kardiologische Musik oft international spielt.

Der Fachtitel „**Medical Tribune Kardiologie · Angiologie**“ erleichtert es seinen Lesern, medizinisch auf dem neuesten Stand zu bleiben. Er berichtet über die großen nationalen und internationalen Fachkongresse sowie über Publikationen in renommierten internationalen Fachzeitschriften. Er ermöglicht es so, sich schnell und prägnant über die wichtigsten praxisrelevanten Studien, Diskussionen und Neuerungen im eigenen, aber auch in benachbarten Fachgebieten zu informieren.

Zudem erwarten den Leser Interviews mit Meinungsbildnern, Reportagen und Wissenswertes zur Praxisführung und aus der Gesundheitspolitik.

Hauptzielgruppe: alle niedergelassenen Fach- und Klinikärzte (Chef- und Oberärzte) der Fachgruppen Kardiologie und Angiologie sowie ausgewählte Internisten

Auflage: 7.000 Exemplare

Bezugspreis: Jahresabonnement für Ärzte und sonstige Bezieher
 Inland € 32,20 (inkl. MwSt. und Versand)
 Ermäßigt/Student € 22,70 (inkl. MwSt. und Versand)





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

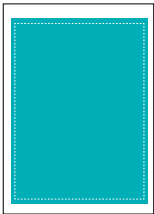
Formate (Breite x Höhe), **Anzeigenpreise** rabattfähig, 4-farbig Euroscala/s/w



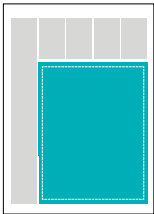
Titel Seite 1 oben
100 x 73 mm
2 Spalten
2.670 €



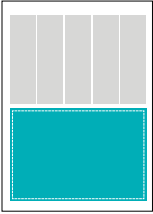
Titel Seite 1 unten
286 x 67 mm
5 Spalten
3.020 €



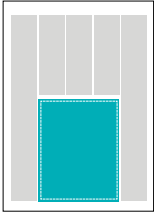
1/1 Seite
286 x 390 mm
5 Spalten
5.550 €



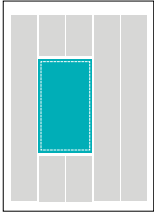
A4 Seite
228 x 297 mm
4 Spalten
4.900 €



1/2 Seite
286 x 195 mm
5 Spalten
3.700 €



A5 Seite
170 x 215 mm
3 Spalten
2.600 €



Insel
112 x 195 mm
2 Spalten
3.250 €

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
März	1	17.03.26	27.02.26	DGK Cardio Update (27.-28.02.26, Berlin und 13.-14.03.26, Mainz) Rhein-Main-Herztage (06.-07.02.26, Frankfurt)
Mai	2	05.05.26	17.04.26	Angio Update (06.-07.03.26, Livestream) DGK Kongress, Teil I (08.-11.04.26, Mannheim)
Juni	3	16.06.26	28.05.26	DGIM Kongress (18.-21.04.26, Wiesbaden) DGK Kongress, Teil II (08.-11.04.26, Mannheim)
September	4	22.09.26	04.09.26	ESC Kongress, Teil I (28.-31.08.26, München)
Oktober	5	27.10.26	09.10.26	ESC Kongress, Teil II (28.-31.08.26, München)
Dezember	6	01.12.26	13.11.26	DGK Herztage (24.-26.09.26, Hamburg)

* 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 Facharzttitel 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

Der Fachtitel „**Medical Tribune Gastroenterologie · Hepatologie**“ ist speziell auf den **Informationsbedarf von Gastroenterologen und Hepatologen** ausgerichtet und verschafft – nach dem bewährten MT-Konzept – einen raschen, aber nachhaltigen Überblick.

Das Themenspektrum erstreckt sich von Achalasie, Analkarzinom, Barrett-Ösophagus, Colitis ulcerosa, Diarrhö, Divertikulitis, Fettleber/Fettleberhepatitis, gastroösophagealer Refluxkrankheit über Hämorrhoiden, Helicobacter-pylori-Infektion bis hin zu Hepatitis A–E. Es werden auch Themen rund um Kolonkarzinom, Magenkarzinom, Morbus Crohn, Obstipation, Ösophagitis, Pankreatitis und Stuhlinkontinenz abgebildet. Der Medizinteil sieht attraktive Rubriken vor:

- Berichte von nationalen und internationalen Kongressen
- Berichte über nationale und internationale Publikationen
- Kasuistiken
- Reportagen und Interviews

Hauptzielgruppe: Gastroenterologen und Hepatologen in Klinik und Praxis

Auflage: 6.000 Exemplare

Bezugspreis: Jahresabonnement für Ärzte und sonstige Bezieher

Inland	€ 32,20	(inkl. MwSt. und Versand)
Ermäßigt/Student	€ 22,70	(inkl. MwSt. und Versand)





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

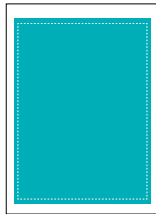
Formate (Breite x Höhe), **Anzeigenpreise** rabattfähig, 4-farbig Euroscala/s/w



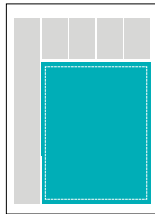
Titel Seite 1 oben
100 x 73 mm*
2 Spalten
2.800 €



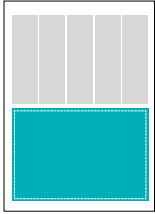
Titel Seite 1 unten
286 x 67 mm*
5 Spalten
3.100 €



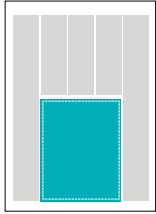
1/1 Seite
286 x 390 mm*
5 Spalten
5.800 €



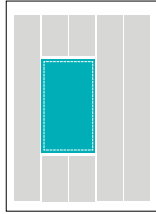
A4 Seite
228 x 297 mm*
4 Spalten
5.100 €



1/2 Seite
286 x 195 mm*
5 Spalten
3.800 €



A5 Seite
170 x 215 mm*
3 Spalten
2.790 €



Insel
112 x 195 mm*
2 Spalten
3.250 €

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
März	1	24.03.26	06.03.26	20. Jahrestagung der Gesellschaft für Gastroenterologie und Hepatologie in Berlin und Brandenburg e.V. (GGHBB) (23.-24.01.26, Berlin)
Juni	2	23.06.26	03.06.26	Deutscher Koloproktologenkongress (12.-14.03.26, Augsburg) DGIM Kongress (18.-21.04.26, Wiesbaden) Gastro Update (06.-07.03.26, Mainz)
Oktober	3	13.10.26	25.09.26	Hepato Update (05.-06.06.26, Livestream) Viszeralmedizin, Teil I (14.-19.09.26, Hamburg)
Dezember	4	08.12.26	20.11.26	UEG Week (17.-20.10.26, Barcelona) Viszeralmedizin, Teil II (14.-19.09.26, Hamburg)

* 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 Facharzttitle 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

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



Leseranalysen stehen zur Verfügung.



LA-MED Arbeitsgemeinschaft
Leseranalyse medizinischer Fachzeitschriften
geprüft Facharzt-Studie 2024

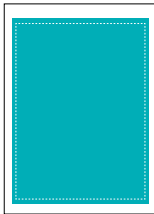
Formate (Breite x Höhe), **Anzeigenpreise** rabattfähig, 4-farbig Euroscala/s/w



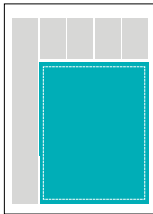
Titel Seite 1 oben
100 x 73 mm*
2 Spalten
2.300 €



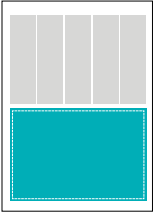
Titel Seite 1 unten
286 x 67 mm*
5 Spalten
2.500 €



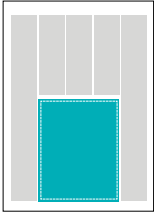
1/1 Seite
286 x 390 mm*
5 Spalten
4.750 €



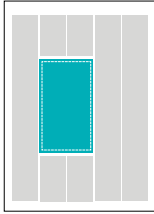
A4 Seite
228 x 297 mm*
4 Spalten
4.400 €



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.

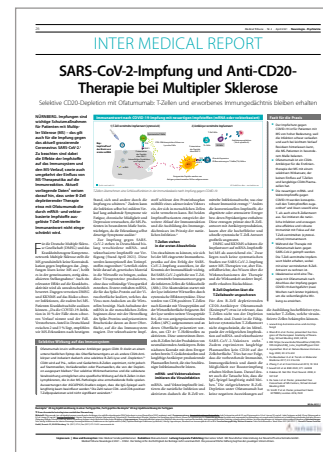
News

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

nem und Patienten beweisen, dass die behandelnde Person einen Fehler gemacht hat und dieser unschädlich für den Schaden ist. Die Prozesse sind meist langwierig und teuer. Dass es besser geht, zeigen Dänemark, Belgien und Frankreich. Dort gibt es Medizinischadenfonds, die – vereinfacht dargestellt – einspringen, wenn schwere Schäden entstehen, die nicht zweifelsfrei ärztlich verschuldet sind. Auch in Deutschland war ein solcher Fonds wiederholt geplant. Zuletzt hatte ihn Prof. Karl Lauterbach 2024 angekündigt. Es bleibt abzuwarten, ob Nina Wacker, ICDER als Projekt anneh-

Der Fachtitel „**Medical Tribune Rheumatologie · Schmerz**“ ist speziell auf den **Informationsbedarf von Rheumatologen und Schmerzmedizinern** ausgerichtet und verschafft – nach dem bewährten MT-Konzept – einen raschen, aber nachhaltigen Überblick. Der Medizinteil sieht attraktive Rubriken vor:

- Berichte von nationalen und internationalen Kongressen
- Berichte über nationale und internationale Publikationen
- Kasuistiken
- Reportagen
- Interviews

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

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



Hauptzielgruppe:

Rheumatologen und Schmerzmediziner

Auflage:

5.800 Exemplare

Bezugspreis:

Jahresabonnement für Ärzte und sonstige Bezieher

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

Ermäßigt/Student € 22,70 (inkl. MwSt. und Versand)



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.

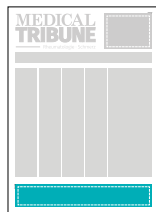
AE-Provision: 10 %

Rücktrittsrecht: bis 8 Wochen vor Erscheinen

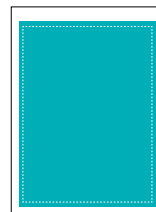
Formate (Breite x Höhe), **Anzeigenpreise** rabattfähig, 4-farbig Euroscala/s/w



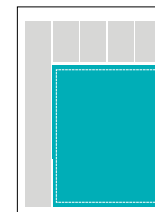
**Titel Seite 1
oben**
100 x 73 mm*
2 Spalten
2.990 €



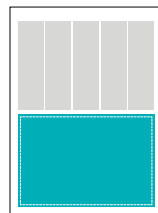
**Titel Seite 1
unten**
286 x 67 mm*
5 Spalten
3.390 €



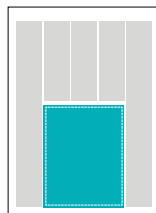
1/1 Seite
286 x 390 mm*
5 Spalten
6.800 €



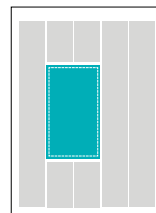
A4 Seite
228 x 297 mm*
4 Spalten
6.400 €



1/2 Seite
286 x 195 mm*
5 Spalten
5.250 €



A5 Seite
170 x 215 mm*
3 Spalten
4.250 €



Insel
112 x 195 mm*
2 Spalten
4.000 €

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	10.02.26	23.01.26	
April	2	07.04.26	19.03.26	Rheuma Update, Teil I (13.-14.03.26, Mainz)
Juni	3	02.06.26	13.05.26	DGIM, Teil I (18.-21.04.26, Wiesbaden) Rheuma Update, Teil II (13.-14.03.26, Mainz)
September	4	01.09.26	14.08.26	DGIM, Teil II (18.-21.04.26, Wiesbaden) EULAR, Teil I (03.-06.06.26, London)
Oktober	5	13.10.26	25.09.26	DGRh, Teil I (09.-12.09.26, Leipzig) EULAR, Teil II (03.-06.06.26, London)
Dezember	6	01.12.26	13.11.26	DGRh, Teil II (09.-12.09.26, Leipzig) Schmerzkongress (21.-24.10.26, Mannheim)

* 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.

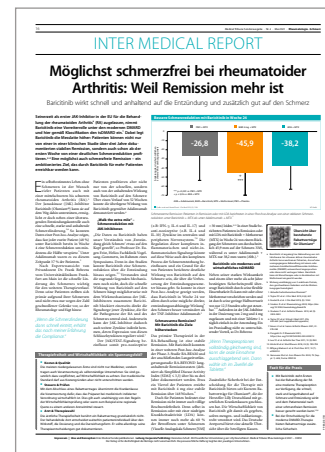
News

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

Was bringt die Zukunft?

DDG verfolgt Agenda Diabetologie 2030

Kurz vor der Bundestagswahl hat die DÖG zu Politischen Jahresempfang und Jahrespressekonferenz eingeladen. Klar ist: Reformen sind dringend nötig.



BERLIN. „Gesundheitsreformen jetzt! Diabetes ist eine stille Epidemie, wirksam bekämpfen!“ – Das war das Motto der Jahresgesundheitskonferenz. Reparaturmedizin, Verbesserungsbedarf bei den Leistungsgruppen, regionale Unterschiede in der Versorgung, Intensivierung der Prävention, das sind die bestimmenden

Themen, die sich auch in der Agenda Diabetologie 2030 der DDG wiederfinden. Beim Politischen Jahreskongress am Abend ging es weiter darum, wie die Diabetesversorgung heute und morgen gesichert werden kann. Die Umsetzung der Diabetesstrategie wäre ein erster Anfang, die Zahlenma-



Diskutierten beim Politischen Jahresempfang über Gegenwart und Zukunft der Diabetologie: Prof. Dr. Andreas Fritsche, Dr. Gerald Gaf, Antje Weichard, Barbara Ritzer, Dietrich Monstadt, Dr. Klaus Einhardt. Moderatorin: Inga Bergen.

„Bürokratiemonster“ GVSG und KHVG: es ist ein großer Wusch und die Diskussion kreiste um diesen Punkt: „Wir brauchen mehr Ernsthaftigkeit der Gesundheitspolitik im Bereich Diabetes und mehr Prävention“ – so formulierte es DDG-Präsident Professor Dr. Andreas Fritzsche. 4.8

4.8-2

Diabetestechnologie
& Digitalisierung

WIESBADEN. Interessante Beilage: Die erste Ausgabe „Technologie & Digitalisierung kompakt“ – vier Seiten Neues aus der Diabetesteknologie.



AID-Systeme in Bewegung

Ein neues Positionspapier gibt evidenzbasierte Empfehlungen

BAYREUTH. Sich bewegen, Sport treiben – das kann zu Glukose-schwankungen führen und die Algorithmen von Systemen zur automatisierten Insulinabgabe (AID) an ihre Grenzen kommen lassen. Eine neues Positionspapier der Europäischen

nehmen AID-System zu beeinflussen", wie Erstautor Prof. Dr. Othmar Moser sagt. Eine deutsche Übersetzung des amerikanischen verfassten Positionspapiers ist in Planung, darauf werden auch die DDG und die Österreichische Diabetes-Gesellschaft mitarbeiten.

Jetzt auf Deutsch:
KDIGO-Leitlinie

BERLIN. Die KDIGO 2022 Clinical Practice Guideline for Diabetes Management in Chronic Kidney Disease gibt es nun auch in einer deutschen Fassung. Die Übersetzung ist entstanden durch eine Kooperation zwischen der Deutschen Gesellschaft für Nephrologie (DGN) und der DDG. Ziel ist es, die Leitlinie leichter zugänglich zu machen.



Brücken bauen und Wege ebnen

Leistungsgruppen passend definieren!

Diabetesverbände fordern bedarfsorientierte Strukturen für die Kliniken

BERLIN. Die Definition von Leistungsgruppen (LG) im Bereich der Diabetologie, wie sie im Krankenhausversorgungverbesserungsgesetz vorgesehen ist, passt nicht zur

orgungsrealität. Darauf
DDG, VDBD, BVND
diabetesDE das Bun-
desgesundheitsministerium
gewiesen. So gibt es nur
160 Fachärzt*innen für
Innere Medizin und Endo-
krinologie und Diabetologie.
Die Diabetesorganisationen
machen deshalb Vorschläge
wie die Patientennetzwerke
in den Kliniken sicherge-

stellt werden kann, nämlich durch das Einbinden von Arzt*innen mit der Zusatzweiterbildung Diabetologie sowie von diabetesversierten Gesundheitsfachkräften.

Seite 11 GestDiab-Daten retten Perinatalzentrum

GUMMERSBACH. Kein Bedarf für Harninfusionsversorgung im Oberbergischen Kreis? GestDiab-Zahlen bewiesen das Gegenteil und das Engagement der Schwermundkrieger hat sich nicht

In neuen Dimensionen denken

DIABETES KONGRESS

2025 DDG
28.-31. Mai 2025
Kongressmotto: „Neue Dimensionen
der Diabetologie“. Was das bedeuten
können Sie auf Seite 14 entdecken.
www.diabetikongress.de

Seite 20 Kooperation statt Konkurrenzdenken

KREFELD. Gemeinsam könnten Apotheken und Praxen beim Diabetes noch viel mehr erreichen, sagt Apotheker Manfred Krüger. Dafür setzt sich auch eine Kooperation der DDG ein.

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:

25.000 Exemplare

Bezugspreis:

Jahresabonnement für Ärzte und sonstige Bezieher

Inland € 48,40 (inkl. MwSt. und Versand)

Ermäßigt/Student € 37,60 (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.

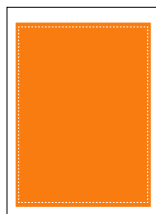
AE-Provision: 10 %

Rücktrittsrecht: bis 8 Wochen vor Erscheinen

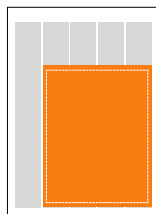
Medical Tribune ist Mitglied der Informationsgemeinschaft zur Feststellung
der Verbreitung von Werbeträgern (IVW) e.V.



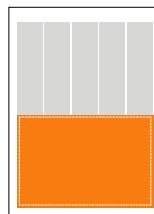
Formate (Breite x Höhe), **Anzeigenpreise** rabattfähig, 4-farbig Euroscala/s/w



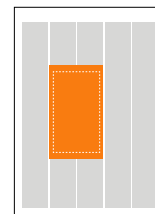
1/1 Seite
286 x 390 mm*
5 Spalten
8.950 €



A4 Seite
228 x 297 mm*
4 Spalten
7.490 €



1/2 Seite
286 x 195 mm*
5 Spalten
7.000 €



Insel
112 x 195 mm*
2 Spalten
7.000 €

Rabatte

ab	3	Einschaltungen	5 %
ab	6	Einschaltungen	10 %

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

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

Nr.	ET	AZ u. DU*	Kongresse	Beilage
1	18.02.26	16.01.26	Diabetes Herbsttagung 2025, Teil II (07.-08.11.25, Mannheim) diatec 2026, Teil I (22.-24.01.26, Berlin)	
2	15.04.26	13.03.26	diatec 2026, Teil II (22.-24.01.26, Berlin)	TDK
3	03.06.26	30.04.26	Diabetes Kongress, Teil I (13.-16.05.26, Berlin) Diabetes Update (20.-21.03.26, Mainz) DGIM (18.-21.04.26, Wiesbaden) Jahrestagung der AG Diabetischer Fuß (27.-28.02.26, Bad Mergentheim)	
4	15.07.26	12.06.26	ADA (05.-08.06.26, New Orleans) ATTD (11.-14.03.26, Barcelona) Diabetes Kongress, Teil II (13.-16.05.26, Berlin)	TDK
5	23.09.26	21.08.26	Diabetes Kongress, Teil III (13.-16.05.26, Berlin)	
6	28.10.26	25.09.26	EASD (28.09.-02.10.26, Mailand)	TDK
7	25.11.26	23.10.26		
8	16.12.26	13.11.26	Diabetes Herbsttagung, Teil I (13.-14.11.26, Dresden) JA-PED (26.-28.11.26, Berlin)	TDK

* digital beim Verlag vorliegend / Änderungen vorbehalten

ET = Erscheinungstermin, AZ = 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