

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-riärenlichen Prävention. 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-Sachen-Schulungen, ein-fernenhilfe und Musterbe-richte als Hilfe. 16

Praxis

Praxis

Praxis

Praxis

Praxis

Praxis

Praxis

Praxis

Praxis

Praxis

Praxis

Praxis

Praxis

Praxis

Praxis

Praxis

Praxis

Praxis

Praxis

Praxis

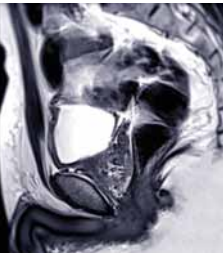
Praxis

Praxis

Praxis

Screening auf Prostatakrebs im Wandel

Rektale Untersuchung fliegt raus,
PSA-Testung und MRT übernehmen



Die Kontrolluntersuchung der aktuali-zierten D-Linien von Prostatakrebs-nachhaltige Veränderungen für die Praxis geben zu soll die digitale rek-tale Untersuchung künftig noch mehr Teil des Krebscreenings sein. Zu häufig führt sie zu falsch-positiven Befunden

und unnötige Biopsien. Stattdessen nicht ein verändertes PSA-po-sitives Ergebnis in den Fokus, da-her erforderlich – durch eine MRT-Untersuchung künftig noch mehr Teil des Krebscreenings sein. Zu häufig führt sie zu falsch-positiven Befunden

führen. Doch nicht alle Patienten sind überfordert: Neben dem ZWV wird zusätzlich, ab man alle Männer ab 50 Jahren das zweiseitige Screening anbieten soll. Insbesondere bei Männern, Risikofaktoren und Experten seien viele Fra-gen ungeklärt.

Geachtet würden 600.000 MRT-Untersuchungen zusätzlich pro Jahr anfallen

Mehr Geld, sonst Kündigung

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

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

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, um nicht nur die die Gehalt einer Person anzupassen. Auch neue Angebote finde man nur zu einem Ge-halt.

Doch genau dieser Reflex sei gefähr-lich, meint Praxisbezieher Wollung Apf. Wie versuche, die Kündigungs-entscheidung zu vermeiden, indem sie keine Praxis darstellt. Denn für HFA gibt es durchaus attraktive Arbeitsgeber, 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, um nicht nur die die Gehalt einer Person anzupassen. Auch neue Angebote finde man nur zu einem Ge-halt.

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

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, um nicht nur die die Gehalt einer Person anzupassen. Auch neue Angebote finde man nur zu einem Ge-halt.

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

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, um nicht nur die die Gehalt einer Person anzupassen. Auch neue Angebote finde man nur zu einem Ge-halt.

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

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, um nicht nur die die Gehalt einer Person anzupassen. Auch neue Angebote finde man nur zu einem Ge-halt.

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

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, um nicht nur die die Gehalt einer Person anzupassen. Auch neue Angebote finde man nur zu einem Ge-halt.

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

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, um nicht nur die die Gehalt einer Person anzupassen. Auch neue Angebote finde man nur zu einem Ge-halt.

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

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, um nicht nur die die Gehalt einer Person anzupassen. Auch neue Angebote finde man nur zu einem Ge-halt.

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

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, um nicht nur die die Gehalt einer Person anzupassen. Auch neue Angebote finde man nur zu einem Ge-halt.

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

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, um nicht nur die die Gehalt einer Person anzupassen. Auch neue Angebote finde man nur zu einem Ge-halt.

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

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, um nicht nur die die Gehalt einer Person anzupassen. Auch neue Angebote finde man nur zu einem Ge-halt.

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

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, um nicht nur die die Gehalt einer Person anzupassen. Auch neue Angebote finde man nur zu einem Ge-halt.

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

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, um nicht nur die die Gehalt einer Person anzupassen. Auch neue Angebote finde man nur zu einem Ge-halt.

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

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, um nicht nur die die Gehalt einer Person anzupassen. Auch neue Angebote finde man nur zu einem Ge-halt.

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

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, um nicht nur die die Gehalt einer Person anzupassen. Auch neue Angebote finde man nur zu einem Ge-halt.

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

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, um nicht nur die die Gehalt einer Person anzupassen. Auch neue Angebote finde man nur zu einem Ge-halt.

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

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, um nicht nur die die Gehalt einer Person anzupassen. Auch neue Angebote finde man nur zu einem Ge-halt.

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)

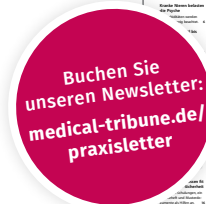
Student € 82,40 (inkl. MwSt. und Versand)



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.

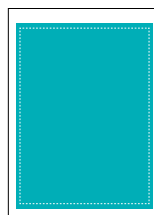


LA-MED Arbeitsgemeinschaft
Leseranalyse medizinischer Fachzeitschriften
geprüft API-Studie 2019

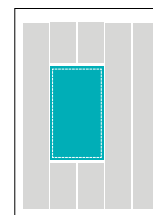
Format (Breite x Höhe), **Anzeigenpreis** rabattfähig, 4-farbig Euroscala/s/w



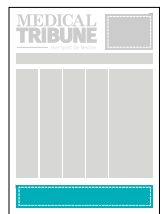
**Titel Seite 1
oben**
100 x 73 mm
2 Spalten
5.900 €



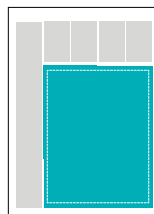
1/1 Seite
286 x 390 mm*
5 Spalten
12.630 €



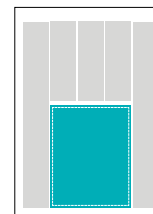
Insel
112 x 195 mm*
2 Spalten
7.900 €



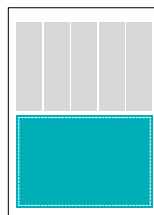
**Titel Seite 1
unten**
286 x 48 mm*
5 Spalten
8.200 €



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.

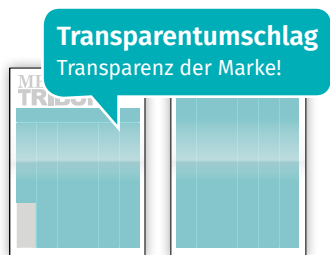
Weitere Sonderpublikationsmöglichkeiten stellen wir Ihnen gerne persönlich vor.



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!



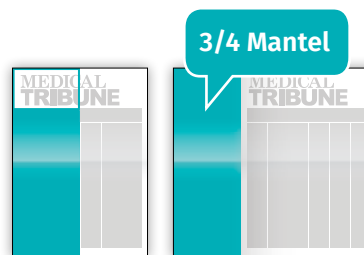
Die Überlagerung von Werbefläche, Redaktion und Zeitungskopf macht diese Sonderwerbeform exklusiv.

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.



[illegible]

THERAPIEARTIKEL

THERAPIEARTIKEL

GOLD? Richtig!

Empfehlung mit nachhaltigen therapeutischen Konsequenzen

Viele hat nur mit der Veröffentlichung der GOLD-Empfehlung 2017 gerührt. Im Sommer wurde die Empfehlung als einflussreichste Publikation (1).

Die Bedeutung der Lungenarterienhochdruck (LAHD) ist schon seit Jahren ein viel diskutiertes Thema. In der Vergangenheit wurde die Diagnosestellung des LAHDs oft als schwierig angesehen, da es keine eindeutige Definition gab. In der letzten Zeit hat sich in der klinischen Praxis eine gewisse Klarheit etabliert. Die GOLD-Empfehlung 2017 hat die Diagnosestellung des LAHDs vereinfacht und die Behandlungsoptionen erweitert. Dies ist ein wichtiger Schritt, um die Patienten mit LAHD besser versorgen zu können.

Die GOLD-Empfehlung 2017 hat die Diagnosestellung des LAHD vereinfacht und die Behandlungsoptionen erweitert. Dies ist ein wichtiger Schritt, um die Patienten mit LAHD besser versorgen zu können.

Die GOLD-Empfehlung 2017 hat die Diagnosestellung des LAHD vereinfacht und die Behandlungsoptionen erweitert. Dies ist ein wichtiger Schritt, um die Patienten mit LAHD besser versorgen zu können.

Die GOLD-Empfehlung 2017 hat die Diagnosestellung des LAHD vereinfacht und die Behandlungsoptionen erweitert. Dies ist ein wichtiger Schritt, um die Patienten mit LAHD besser versorgen zu können.

Die GOLD-Empfehlung 2017 hat die Diagnosestellung des LAHD vereinfacht und die Behandlungsoptionen erweitert. Dies ist ein wichtiger Schritt, um die Patienten mit LAHD besser versorgen zu können.

Die GOLD-Empfehlung 2017 hat die Diagnosestellung des LAHD vereinfacht und die Behandlungsoptionen erweitert. Dies ist ein wichtiger Schritt, um die Patienten mit LAHD besser versorgen zu können.

Die GOLD-Empfehlung 2017 hat die Diagnosestellung des LAHD vereinfacht und die Behandlungsoptionen erweitert. Dies ist ein wichtiger Schritt, um die Patienten mit LAHD besser versorgen zu können.

Die GOLD-Empfehlung 2017 hat die Diagnosestellung des LAHD vereinfacht und die Behandlungsoptionen erweitert. Dies ist ein wichtiger Schritt, um die Patienten mit LAHD besser versorgen zu können.

Die GOLD-Empfehlung 2017 hat die Diagnosestellung des LAHD vereinfacht und die Behandlungsoptionen erweitert. Dies ist ein wichtiger Schritt, um die Patienten mit LAHD besser versorgen zu können.

Die GOLD-Empfehlung 2017 hat die Diagnosestellung des LAHD vereinfacht und die Behandlungsoptionen erweitert. Dies ist ein wichtiger Schritt, um die Patienten mit LAHD besser versorgen zu können.

von Weinberg und seine Frau, die sich in der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts in der Gegend von Leipzig aufhielten. Sie waren die ersten, die das Instrument erfanden.

Das Instrument, das Erfinder, ist nicht nur ein medizinisches Instrument, sondern auch ein Kunstwerk.

Mit der Zeit wurde das Instrument verbessert und es wurden verschiedene Modelle entwickelt. Die ersten Modelle waren aus Holz, später aus Metall.

Die ersten Modelle waren aus Holz, später aus Metall. Die ersten Modelle waren aus Holz, später aus Metall. Die ersten Modelle waren aus Holz, später aus Metall.

Die ersten Modelle waren aus Holz, später aus Metall. Die ersten Modelle waren aus Holz, später aus Metall. Die ersten Modelle waren aus Holz, später aus Metall.

Die ersten Modelle waren aus Holz, später aus Metall. Die ersten Modelle waren aus Holz, später aus Metall. Die ersten Modelle waren aus Holz, später aus Metall.

Die ersten Modelle waren aus Holz, später aus Metall. Die ersten Modelle waren aus Holz, später aus Metall. Die ersten Modelle waren aus Holz, später aus Metall.

Die ersten Modelle waren aus Holz, später aus Metall. Die ersten Modelle waren aus Holz, später aus Metall. Die ersten Modelle waren aus Holz, später aus Metall.

Die ersten Modelle waren aus Holz, später aus Metall. Die ersten Modelle waren aus Holz, später aus Metall. Die ersten Modelle waren aus Holz, später aus Metall.

Die ersten Modelle waren aus Holz, später aus Metall. Die ersten Modelle waren aus Holz, später aus Metall. Die ersten Modelle waren aus Holz, später aus Metall.

16 | MÄRZ 2018 | THERAPIEARTIKEL

MÄRZ 2018 | THERAPIEARTIKEL | 17



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