

MEDIADATEN 2027

ARZT & WIRTSCHAFT Gynäkologie

PRINT • PREISLISTE NR. 12 AB 1. JANUAR 2027

Erscheinungsweise:
6 x jährlich

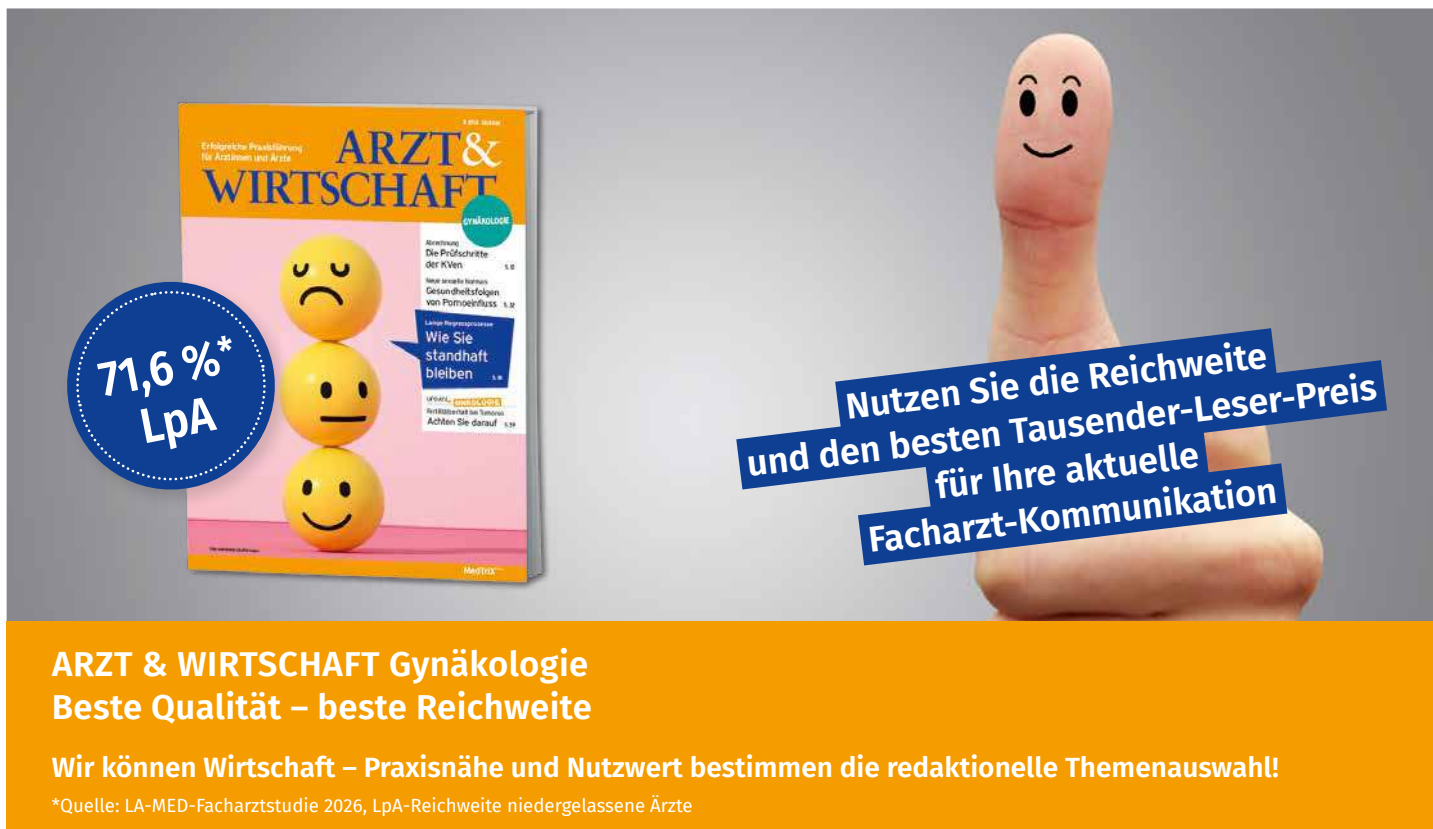


Tsd.-Leser-Preise niedergelassene Gynäkologen

(Basis: LA-MED – Facharztstudie Gynäkologie, Rangreihe nach Tsd.-Leserpreis bei niedergelassenen Gynäkologen)

Zeitschrift	Reichweite LpA 2026		Anzeigenpreis 2026 1/1 Seite, A 4, 4 c	Tsd.-Leser-Preis 1/1 Seite, A 4, 4 c
	in %	Projektion	in €	in €
ARZT & WIRTSCHAFT Gynäkologie	71,6%	6.080	5.330,00 €	876,64
Wirtschaftsmagazin für die frauenärztliche Praxis	61,6%	5.230	4.950,00	946,46
Gyn Praktische Gynäkologie	66,1%	5.610	5.589,00	996,26
Gyn-Depesche	55,3%	4.690	4.720,00	1.006,40
Gynäkologie + Geburtshilfe	58,0%	4.920	5.630,00	1.144,31
Der Privatarzt Gynäkologie	44,7%	3.790	4.500,00	1.187,34
Frauenarzt	83,7%	7.110	8.790,00	1.236,29
Kompakt Gynäkologie	34,6%	2.940	4.045,00	1.375,85
Geburtshilfe + Frauenheilkunde *)	27,9%	2.370	4.730,00	1.995,78
Die Gynäkologie	14,7%	1.250	5.100,00	4.080,00
Deutsches Ärzteblatt – Praxis + Klinik	64,1%	5.440	für die ZG ist kein Anzeigenpreis ausgewiesen	

Quellen: LA-MED Facharztstudie 2026 – Gynäkologie, Mediadata der jeweiligen Titel
Im Erhebungszeitraum *) wurde eine zusätzliche Sonderausgabe herausgegeben.
Dies kann einen Einfluss auf die Reichweitenermittlung gehabt haben. (Quelle: Berichtsband LA-MED Facharztstudie 2026)



**71,6 %*
LpA**

ARZT & WIRTSCHAFT
Gynäkologie

Erkrankungen (Praxisführung)
für Arztinnen und Ärzte

Neurowissenschaften
Die Prüfungsfragen
der KVen 1,10

Neurowissenschaften
Gesundheitsfolgen
von Pflanzenschutz 1,10

Lebende Organtransplantation
Wie Sie
standhaft
bleiben 1,10

Lebende Organtransplantation
Achten Sie darauf 1,10

**Nutzen Sie die Reichweite
und den besten Tausender-Leser-Preis
für Ihre aktuelle
Facharzt-Kommunikation**

ARZT & WIRTSCHAFT Gynäkologie
Beste Qualität – beste Reichweite

Wir können Wirtschaft – Praxisnähe und Nutzwert bestimmen die redaktionelle Themenauswahl!

*Quelle: LA-MED-Facharztstudie 2026, LpA-Reichweite niedergelassene Ärzte

Kurzcharakteristik:

ARZT & WIRTSCHAFT Gynäkologie ist der wirtschaftliche Spezial-Titel für erfolgreiche Praxisführung. Unsere Leser und Leserinnen erwarten und erhalten Unterstützung bei betriebswirtschaftlichen, rechtlichen und praxisorganisatorischen Aufgaben.

Praxisnähe und Nutzwert bestimmen die redaktionelle Themenauswahl in den Rubriken:

- Aktuelles
- Abrechnung
- Praxis
- Recht
- Finanzen
- Update.Onkologie
- Medizin

Zielgruppe: niedergelassene Gynäkologen

Auflage: 8.650

Erscheinungsweise: 6 x jährlich

Heftformat: 210 x 280 mm

Jahrgang: 12. Jahrgang 2027

Bezugspreis: Jahresabonnement für Ärzte und sonstige Bezieher
Inland € 30,10 (inkl. MwSt. und Versand)
Ermäßigt/Student € 27,90 (inkl. MwSt. und Versand)





IHRE ANSPRECHPARTNERIN:

Nicole Brandt

T +49 8191 305 55-11

nicole.brandt@medtrix.group

Druckunterlagen:

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

Weitere Informationen finden Sie auf der folgenden Seite.

Unsere Allgemeinen Geschäftsbedingungen finden Sie unter
arzt-wirtschaft.de.

Verlag:

MedTriX GmbH, Justus-von-Liebig-Str. 1

86899 Landsberg am Lech

Telefon: siehe Ansprechpartner

Internet: www.arzt-wirtschaft.de

E-Mail: siehe Ansprechpartner



IHRE ANSPRECHPARTNERIN:

Sylvia Sirch

T +49 8191 305 55-30

sylvia.sirch@medtrix.group

Bankverbindung:

HVB / UniCredit Bank AG

IBAN: DE12 7002 0270 0015 7644 62

BIC: HYVEDEMMXXX

Zahlungsbedingungen:

netto innerhalb 30 Tagen nach Rechnungsdatum

bei Vorauszahlung 2 % Skonto, bei Bankeinzug 3 % Skonto

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

AE-Provision: 10 %

Leseranalysen stehen zur Verfügung



geprüft Facharzt-Studie 2026

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

Titel	ARZT & WIRTSCHAFT Gynäkologie
Zeitschriftenformat	210 mm breit, 280 mm hoch
Satzspiegel	178 mm breit, 257 mm hoch
Druck- und Bindeverfahren	Umschlag und Inhalt Bogenoffset Rückstichheftung

Anzeigengestaltung

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

Datenformat

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

Farbprofile	Umschlag ISO Coated v2 300% Inhalt PSO LWC Improved
--------------------	--

Kostenloser Download der Farbprofile: www.eci.org

Datenarchivierung

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

Gewährleistung

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

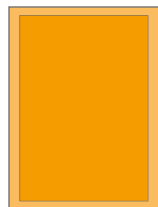
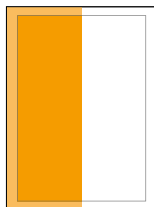
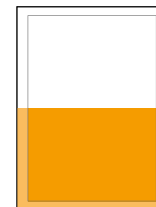
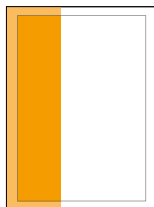
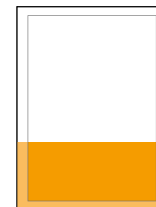
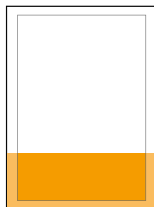
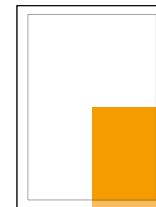
der Anzeigen entsprechend Ausdruck auf Auflagenpapier nach ISO 12647-2. Voraussetzung ist die Zusendung von PDF-Dateien entsprechend den technischen Vorgaben. Sollten PDF-Dateien Bilder im RGB-Farbraum, Sonderfarben, einen zu hohen Farbauftrag oder Transparenzen enthalten, werden diese ohne weitere Rücksprache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

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

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

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

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

Formate (Breite x Höhe)**Anzeigenpreise** rabattfähig, 4-farbig Euroskala**1/1 Seite**178 x 257 mm
AZ im Satzspiegel210 x 280 mm
AZ im Anschnitt***5.520 €****1/2 Seite hoch**86 x 257 mm
AZ im Satzspiegel95 x 280 mm
AZ im Anschnitt***3.050 €****1/2 Seite quer**178 x 126 mm
AZ im Satzspiegel210 x 136 mm
AZ im Anschnitt***3.050 €****1/3 Seite hoch**56 x 257 mm
AZ im Satzspiegel65 x 280 mm
AZ im Anschnitt***2.485 €****1/3 Seite quer**178 x 79 mm
AZ im Satzspiegel210 x 89 mm
AZ im Anschnitt***2.485 €****1/4 Seite quer**178 x 62 mm
AZ im Satzspiegel210 x 72 mm
AZ im Anschnitt***1.925 €****1/4 Seite Block**86 x 126 mm
AZ im Satzspiegel95 x 136 mm
AZ im Anschnitt***1.925 €**

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

* zzgl. 3 mm Beschnittzugabe rundum und Schnittmarken.

Vorzugsplätze (1/1 Seite 4c Anzeige):

2. Umschlagseite	€ 6.865,-
4. Umschlagseite	€ 6.865,-
je Seite gegenüber Inhalt	€ 6.865,-
1. rechte Anzeigenseite im Heft	€ 6.865,-

Platzierungszuschlag:

bei verbindlicher Zusage des Verlags 15 %

Durchhefter: (nicht rabattfähig)

Umfang	Papiergewicht	Gesamtpreis
4 Seiten	bis 100g/m ²	€ 12.420,-

Anlieferung: plano, unbeschnitten, Endformat 210 x 280 mm**Beschnittzugaben:**

am Kopf: 6 mm	am Fuß: 12 mm
links außen: 6 mm	rechts außen: 14 mm (inkl. 8 mm Nachfalz)

Beilagen: (nicht rabattfähig und nur für Gesamtauflage)

bis 25 g Gewicht	€ 3.200,-
bis 50 g Gewicht	€ 3.600,-

Aufgeklebte Postkarten: (nicht rabattfähig)

nur in Verbindung mit Anzeige (1/1 Seite) oder
Durchhefter möglich. € 2.338,-
max. Papierformat 148 x 105 mm (Motiv: Querformat)

Lieferanschrift Beilagen, Durchhefter und Postkarten:

Gebr. Geiselberger GmbH, Warenannahme, Kennwort: A&W Gynäkologie
Ausgabe/Jahr, Martin-Moser-Str. 23, 84503 Altötting

Rabatte: drei Seiten 5 %, sechs Seiten 10 %

Monat	Nr.	ET	AZ	DU*	DH / Beilagen Anlieferung in Druckerei	Themenschwerpunkte
Februar	1	25.02.27	25.01.27	29.01.27	08.02.27	Endometriose, Verhütung
April	2	25.04.27	22.03.27	30.03.27	07.04.27	Hormone, FOKO
Juni	3	25.06.27	24.05.27	31.05.27	08.06.27	Fertilität und Schwangerschaft, Osteoporose
August	4	25.08.27	23.07.27	29.07.27	06.08.27	Impfen, Myome
Oktober	5	25.10.27	22.09.27	28.09.27	06.10.27	Scheideninfektionen inkl. – pilz, Wechseljahre
Dezember	6	20.12.27	17.11.27	23.11.27	01.12.27	Harnwegserkrankungen, Sexualmedizin

* digital beim Verlag vorliegend / Änderungen vorbehalten

ARZT & WIRTSCHAFT Update.Onkologie

In unserer Rubrik „Update.Onkologie“ finden Sie in jeder Ausgabe das passende Umfeld für die Bewerbung Ihrer Onkologie-Produkte. Die Texte liefern den onkologisch-tätigen Gynäkologen ein relevantes und aktuelles Update.

UPDATE ONKOLOGIE

Aufklärung

Reden Sie mit der Patientin adäquat

Wenn einer unserer Beiträge schlecht beachtet wird, haben wir entweder ein relevantes Thema ausgewählt oder nicht verständlich geschrieben. Im Gespräch mit Patientinnen müssen wir verständlich formulieren.

Für Journalisten gehört passend für die Zielgruppe zu schreiben zum Handwerk, als Fachtext haben wir es eintüchtigt, weil die Lesergemeinde konstant ist. Insofern schreiben die Kolleginnen und Kollegen, die für die Journal Onkologie der Medizin GmbH in Regensburg arbeiten, anders als wir, die Texte von ARZT & WIRTSCHAFT in Landshut. Beide Teams gemeinsam ist der Wille, für die eigene Zielgruppe passend zu schreiben.

Wenn die ganze Semantik zu Ende ist? Aus meiner Klinik, aber nach mir im Austausch mit Kolleginnen und Kollegen weiß ich, dass die Kommunikation mit Tumorerkrankten immer schwierig ist.

Zum einen fällt bei den meisten Patientinnen die primäre und sekundäre Klage, wenn sie im Gespräch erläutern, dass sie einen bösartigen Tumor haben. Das ist unabhängig vom Bildungsgrad und sozialen Status.

Eingangs hatte ich erwähnt, dass es von dem Handlung der Journalisten abhängt, für die Zielgruppe passend zu schreiben. Denn bei der Verdachtsdiagnose für Ärzte, eine onkologische Diagnose zu übermitteln, deutlich schwieriger. Denn man muss abschätzen

können, wenn man das Nachschauen hat. Bei der Journalisten, die täglich eine Information mit der IAZ oder der Südwestischen Zeitung bringt oder aber jemand, der schon die BILD-Zeitung überlesen hat. Insofern ist das Semantik, die wir bei der Onkologie haben, anders als wir, die Texte von ARZT & WIRTSCHAFT in Landshut. Beide Teams gemeinsam ist der Wille, für die eigene Zielgruppe passend zu schreiben.

Wenn die ganze Semantik zu Ende ist? Aus meiner Klinik, aber nach mir im Austausch mit Kolleginnen und Kollegen weiß ich, dass die Kommunikation mit Tumorerkrankten immer schwierig ist.

Zum einen fällt bei den meisten Patientinnen die primäre und sekundäre Klage, wenn sie im Gespräch erläutern, dass sie einen bösartigen Tumor haben. Das ist unabhängig vom Bildungsgrad und sozialen Status.

Eingangs hatte ich erwähnt, dass es von dem Handlung der Journalisten abhängt, für die Zielgruppe passend zu schreiben. Denn bei der Verdachtsdiagnose für Ärzte, eine onkologische Diagnose zu übermitteln, deutlich schwieriger. Denn man muss abschätzen

QUALITÄTSMANAGEMENT

Gespräche mit Tumorerkrankten sind nicht einfach. In der Praxis besteht immer die Möglichkeit, eine Patientin über einen Kollegen anzusprechen, der dann Feedback zur Gesprächsführung geben kann. Kontakt kann eine Chefin oder ein Kollege sein, der man als Referenz hat. Dadurch kann man vermeiden, dass wichtige Themen im Gespräch verloren werden.

die einzelnen Patientin über längere Zeit nicht nur. Mein klinischer Kollege hat es dadurch als unheimlich bezeichnend. Patientinnen gegenüber solche Aussagen zu treffen. Mehr als die große Polster, dass mehrere alle Männer mit Kreisläufers nach fünf Jahren noch leben, solle man den Patienten auf keinen Fall geben. Bei anderen onkologischen Tumoren ist es deutlich schwieriger, dafür sollte man keine falschen Erwartungen wecken.

Neben der Lebenserwartung interessieren Patienten auch, was für Therapieoptionen es gibt und welche Konsequenzen diese haben. Gute wichtig ist, dass die Patientinnen Optionen gegen sie in der Diskussion aufgreifen werden.

Immer wieder fällt auf, dass Tumorerkrankten und ihre Familien und Ärzte unterschiedlich denken. So ist nicht nur die wissenschaftlich gesicherte Lebenserwartung durch eine Therapieoption ein Thema, sondern, niemandem genau wichtig, wie stark diese Therapieoption die Lebensqualität beeinträchtigt. Das Einfluss von Tumor und Therapie auf Empfindung onkologischer Symptome sollte man deutlich im Gespräch mit einer Tumorerkrankten ansprechen.

Dr. med. Ulrich Karbach

Quelle: ein Gespräch mit Dr. med. Ulrich Karbach

Printed on request 12/16/2022 10:00

Printed on request 12/16/2022 10:00

Printed on request 12/16/2022 10:00

Printed on request 12/16/2022 10:00

Printed on request 12/16/2022 10:00

Printed on request 12/16/2022 10:00

Printed on request 12/16/2022 10:00

Printed on request 12/16/2022 10:00

Printed on request 12/16/2022 10:00

Printed on request 12/16/2022 10:00

Printed on request 12/16/2022 10:00

Printed on request 12/16/2022 10:00

Printed on request 12/16/2022 10:00

Printed on request 12/16/2022 10:00

Printed on request 12/16/2022 10:00

Printed on request 12/16/2022 10:00

Printed on request 12/16/2022 10:00

Printed on request 12/16/2022 10:00

Printed on request 12/16/2022 10:00

Printed on request 12/16/2022 10:00

Printed on request 12/16/2022 10:00

Printed on request 12/16/2022 10:00

Printed on request 12/16/2022 10:00

Printed on request 12/16/2022 10:00

Printed on request 12/16/2022 10:00

Printed on request 12/16/2022 10:00

Printed on request 12/16/2022 10:00

Printed on request 12/16/2022 10:00

Printed on request 12/16/2022 10:00

Printed on request 12/16/2022 10:00

Printed on request 12/16/2022 10:00

Printed on request 12/16/2022 10:00

Tumorerkrankung

Krebs plus Sex: immer noch ein Tabuthema

Krebs verändert das sexuelle Erleben bzw. das Bedürfnis nach Intimität und Zärtlichkeit. Eine große Verunsicherung ist die Folge. Doch über dieses Thema wird immer noch viel zu oft geschwiegen – auch in der Praxis.

Für die meisten Patientinnen mit einer Krebserkrankung ist es schwer, über ihre Empfindungen zu sprechen und vermehrt Tabus. Wenn es um Sexualität geht, ist die Sexualität in Worte zu fassen. Aber auch nach Krebsoperationen, sondern auch den behandelnden Ärzten und Ärzten fällt es so schwer, sich nicht leicht.

In den Medien sind klare Sätze verloren gegangen.

„Wir leben schon lange in einer hypersexualisierten Zeit.“ bedeutet Betroffene und Referenzen, im Rahmen einer Pressekonferenz des Krebsinformationsdienstes zum Thema „Weibliche Sexualität und Krebs“. Wie Sexualität in Indikationen hat, wird gesellschaftlich fast nie angesprochen.

Die Zielvorgaben sind: Erregung, Penetration und Orgasmus. Das ist eine gesellschaftliche Bild der Sexualität, bei der eine sexuelle Beziehung als ein Prozess nach der Krebsoperation erscheint den Betroffenen völlig ausgeschlossen. Vor diesem Hintergrund fühlen sich die Patientinnen von Thema Sexualität lediglich ausgeschlossen. Was sollen sich bewegen ist Sexualität in ein Prozess, der sich während des gesamten Lebens kontinuierlich verändert. Nicht immer ist eine Krebsdiagnose notwendig, um ein neues sexuelles Leben zu führen, was die Gesellschaft vorstellt, raus zu sein, in eine Referenz.

Das Thema Sexuelle Gesundheit gehört auch in die Praxis. Wichtig ist, das medizinische Gespräch mit dem Partner, um gemeinsam auszuwählen, welche Formen der Nähe, auch jenseits des Geschlechtsverkehrs, möglich sind und gewünscht sind. Beide Seiten brauchen Zeit, um die Veränderungen zu verstehen. Oft bedarf es der Initiative der Betroffenen, Veränderungen des persönlichen und sexuellen Erlebens anzusprechen. Dass die sexuelle Gesundheit trotz einer Genesung möglich ist und bei



Sexuelle Gesundheit ist auch ein Beratungspunkt zum Thema Partnerschaft und Sexualität. Ein Gespräch mit einer patientenorientierten Versorgung in der Praxis.

sofort immer in der Behandlung miteingeschlossen werden. Das liegt nach der Leitungsrichtung Gynäkologische Onkologie (AGO) in ihrer Leitungsrichtung. Wenn notwendig, kann ein Screening-Programm zur Sexualfunktion einen ersten Gesprächsbeitrag ermöglichen. Dieser kann in die Leitungsrichtung miteingeschlossen werden. Ungeplante Beratungen, Sprechstunden und sexuelle Funktionsstörungen können erhebliche Auswirkungen auf die Lebensqualität. Hier können hormonelle Fruchtbarkeitsprobleme oder vaginale Östrogenmangelzustände verschärfen werden. Hormonelle Präparate werden aber nicht von allen toleriert und sind bei einer Hormontherapie Tumorerkrankungen kontraindiziert.

Zur Behandlung des vagen sexuellen Appetits sollte seit 2012 die CO₂-Lasertherapie zur Verfügung. Eine vorhergehende Studienphase hatte über den gesundheitlichen Kontrast zum Nutzen für diese Behandlung hinaus über den

Dr. Bettina Bröcher

Quelle: Dr. Bettina Bröcher

Sexuelle und sexuelle Funktion

Dr. Bettina Bröcher

Dr. Bettina Bröcher

Dr. Bettina Bröcher

Dr. Bettina Bröcher

Dr. Bettina Bröcher

Dr. Bettina Bröcher

Dr. Bettina Bröcher

Dr. Bettina Bröcher

Dr. Bettina Bröcher

Dr. Bettina Bröcher

Dr. Bettina Bröcher

Dr. Bettina Bröcher

Dr. Bettina Bröcher

Dr. Bettina Bröcher

Dr. Bettina Bröcher

Dr. Bettina Bröcher

Dr. Bettina Bröcher

Dr. Bettina Bröcher

Dr. Bettina Bröcher

Dr. Bettina Bröcher

Dr. Bettina Bröcher

Dr. Bettina Bröcher

Dr. Bettina Bröcher

Dr. Bettina Bröcher

Dr. Bettina Bröcher

ARZT & WIRTSCHAFT Abrechnungsguide

Diese zweiseitige Sonderproduktion basiert auf einer praxisrelevanten Kasuistik (erstellt in der Regel unsere Redaktion). Diese enthält die Anamnese, den Befund und die Therapie mit entsprechender Medikation. Es folgen die ICD-10-Kodierung und der Wirtschaftstipp.

Für die Ärzte sind dabei gerade auch die umfangreichen Informationen zur Abrechnung nach EBM (gesetzlich versicherte Patienten) und GOÄ (privat versicherte Patienten) besonders nützlich. Zudem erhalten sie einen kurzen IGeL-Tipp.

Der Aufbau und die entsprechende Platzierung der A&W-Module sind fest strukturiert.

ARZT & WIRTSCHAFT Therapie-Magazin

Das ARZT & WIRTSCHAFT Therapie-Magazin kommuniziert wichtige Informationen zu Ihrem Präparat auf der Basis von Studien, Kongressen sowie zu Ihren Symposien und Veranstaltungen. Der Umfang des redaktionell gestalteten Beitrags ist ein- oder zweiseitig.

ARZT & WIRTSCHAFT Indikationsguide

Die zweiseitige Sonderproduktion basiert auf einer praxisrelevanten Kasuistik. Diese enthält die Anamnese, den Befund und die Therapie mit entsprechender Medikation. Mit dem ARZT & WIRTSCHAFT Indikationsguide erhält der Arzt für die erfolgte Diagnose die korrekten ICD-10-Kodierungen und Informationen zur Leitlinie. Weitere Bestandteile sind die relevanten Abrechnungsziffern aus dem EBM für Hausärzte und Fachinternisten sowie eine Auswahl der wichtigsten Ziffern aus der GOÄ (Gebührenordnung für Ärzte/Privatpatienten). Wirtschaftstipp und kommentierte Literatur runden die Sonderproduktion ab.

Gerne beraten wir Sie bzgl. anderer Sonderproduktionsformate – sprechen Sie uns an!

[illegible]

Sonderwerbeformen – die besonderen Anzeigenformate

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

Titelklappe



Titelklappe
Vorderseite



Titelklappe
Rückseite

Titelklappe Vorderseite 104 x 213 mm + 3 mm Beschnitt

Titelklappe Rückseite 104 x 280 mm + 3 mm Beschnitt

Wir benötigen zwei getrennte Druck-PDF-Dateien
(Vorder- und Rückseite).

Preise und weitere Möglichkeiten auf Anfrage.

Teaser im Post-it-Look



Seitenformat: 54 x 54 mm

Der Teaser im Post-it-Look wird auf einer linken Seite in der Rubrik „Aktuelles“ platziert.

Inselanzeige



Seitenformat: 56 x 100 mm

Die Inselanzeige wird auf einer rechten Seite in der Rubrik „Aktuelles“ platziert.

Preise auf Anfrage.

Pfeilanzeige



Anzeige
links

Pfeilstanze
Vorderseite

Pfeilstanze
Rückseite

Seitenformat: 210 x 280 mm + 3 mm Beschnitt

Rand: 280 mm Höhe,
Breite mind. 40 mm
bis max. 80 mm

Pfeil: Höhe mind. 60 mm
bis max. 160 mm,
Breite max. 190 mm

Die Pfeilanzeige wird als Mitteldurchhefter produziert. Papier: 170 g/qm, glänzend.
Das Angebot umfasst eine 1/1 Anzeige (links) und eine Pfeilstanzung (rechts).

Wir benötigen eine Druck-PDF-Datei für die Anzeige, sowie zwei getrennte Druck-PDF-Dateien für die Vorder- und Rückseite des Pfeils ohne Stanzkontur und darüber hinaus eine separate Druck-PDF-Datei der Stanzkontur.

Preise und weitere Möglichkeiten auf Anfrage.

Konturstanzung



Seitenformat: 210 x 280 mm + 3 mm Beschnitt

Rand: 280 mm Höhe, Breite mind. 40 mm bis max. 80 mm

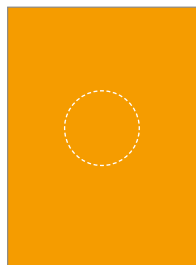
Motiv: Höhe mind. 60 mm bis max. 160 mm, Breite max. 190 mm

Die Motivanzeige wird auf einem Durchhefter im Heft produziert.

Papier: 170 g/qm, glänzend.

Wir benötigen zwei getrennte Druck-PDF-Dateien für die Vorder- und Rückseite des Motivs und darüber hinaus eine separate Druck-PDF-Datei der Stanzkontur.

Stanzung



Seitenformat: 210 x 280 mm + 3 mm Beschnitt

Stanze: Abstände der Stanzung zu den Papierrändern:
mindestens 50 mm, maximale Größe der Stanzung 80 mm

Nicht zu „unruhige/zackige“ Form, sondern „mehr abgerundet“,
damit es zu keinen Problemen bei der Weiterverarbeitung kommt (Knicke).

Das Angebot umfasst eine 1/1 Anzeige (rechts) und eine Stanzung auf der
vorherigen Seite.

Die Verarbeitung erfolgt auf einem Durchhefter.

Stanze
Vorderseite, Rückseite

Anzeige
rechts

Preise und weitere Möglichkeiten auf Anfrage.



Melanie Hurst
Ressortleitung
Wirtschaft und Audio-
& Video-Produktion
T +49 8191 305 55-18
melanie.hurst@medtrix.group



Dr. med. Ulrich Karbach
Ressortleitung
Abrechnung und Medizin
T +49 8191 305 55-19
ulrich.karbach@
medtrix.group



Birgit Bondarenko
Medizin-Redaktion
T +49 8191 305 55-37
birgit.bondarenko@
medtrix.group



Heiko Fekete
Wirtschafts-Redaktion
T +49 8191 305 55-14
heiko.fekete@
medtrix.group



Nina Grellmann
Medizin-Redaktion
T +49 8191 305 55-15
nina.grellmann@
medtrix.group



Ina Reinsch
Wirtschafts-Redaktion
T +49 8191 305 55-24
ina.reinsch@
medtrix.group



Franziska Daschner
Corporate Publishing
T +49 8191 305 55-31
franziska.daschner@
medtrix.group



Anke Heller
Corporate Publishing
T +49 8191 30555-26
anke.heller@
medtrix.group



Maike Schulz
Corporate Publishing
T +49 8191 305 55-27
maike.schulz@
medtrix.group



Nicole Brandt
Media
T +49 8191 305 55-11
nicole.brandt@
medtrix.group



Sylvia Sirch
Media
T +49 8191 305 55-30
sylvia.sirch@
medtrix.group



Petra Hölz
Key Account Managerin
T +49 8191 305 55-34
petra.hoelz@
medtrix.group



Andrea Lottes
Key Account Managerin
T +49 8191 305 55-22
andrea.lottes@
medtrix.group