

MEDIADATEN 2025

ARZT & WIRTSCHAFT Gynäkologie

PRINT · PREISLISTE NR. 10 AB 1. JANUAR 2025

Erscheinungsweise:
6 x jährlich



Tsd.-Leser-Preise niedergelassene Gynäkologen

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

Zeitschrift	Reichweite LpA 2024		Anzeigenpreis 2024 1/1 Seite, A 4, 4 c	Tsd.-Leser-Preis 1/1 Seite, A 4, 4 c
	in %	Projektion	in €	in €
ARZT & WIRTSCHAFT Gynäkologie	73,9%	6.440	4.910,00 €	762,42
Wirtschaftsmagazin für die frauenärztliche Praxis	64,0%	5.580	4.715,00	844,98
Gyn Praktische Gynäkologie	69,7%	6.080	5.375,00	884,05
Gyn-Depesche	54,1%	4.720	4.250,00	900,42
Gynäkologie + Geburtshilfe	60,8%	5.310	5.370,00	1.011,30
Der Privatarzt Gynäkologie	47,2%	4.110	4.200,00	1.021,90
Frauenarzt	86,2%	7.520	8.130,00	1.081,12
Kompakt Gynäkologie	38,8%	3.380	3.888,00	1.150,30
Geburtshilfe + Frauenheilkunde *)	25,9%	2.260	4.490,00	1.986,73
Die Gynäkologie	14,2%	1.240	4.870,00	3.927,42
Deutsches Ärzteblatt – Praxis + Klinik **)	61,5%	5.360	für die ZG ist kein Anzeigenpreis ausgewiesen	

Quellen: LA-MED Facharztstudie 2024 – Gynäkologie, Mediadata der jeweiligen Titel

*) Im Erhebungszeitraum wurde eine zusätzliche Sonderausgabe herausgegeben.

**) Im Erhebungszeitraum ab Januar 2024 Frequenzwechsel von wöchentlich auf 14-täglich.

Dies kann einen Einfluss auf die Reichweitenermittlung gehabt haben. (Quelle: Berichtsband LA-MED Facharztstudie 2024)



ARZT & WIRTSCHAFT Gynäkologie Beste Qualität – beste Reichweite

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

*Quelle: LA-MED-Facharztstudie 2024, 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: 8.750

Erscheinungsweise: 6 x jährlich

Heftformat: 207 x 280 mm

Jahrgang: 10. Jahrgang 2025

Bezugspreis: Jahresabonnement für Ärzte und sonstige Bezieher
Inland € 29,20 (inkl. MwSt. und Versand)
Ermäßiggt./Student € 27,10 (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 hochaufgelöste Composite-PDF-Datei (Version 1.3–1.5) per E-Mail an: **aw-anzeigen@medtrix.group**.

Weitere Informationen entnehmen Sie bitte den technischen Daten unter **arzt-wirtschaft.de**.

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:

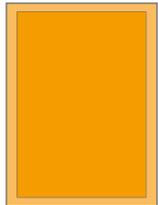
Alle Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer. Gemäß den gesetzlichen Bestimmungen wird der jeweils gültige Mehrwertsteuersatz gesondert auf der Rechnung ausgewiesen. USt-IdNr.: DE 206 862 684

AE-Provision: 10 %

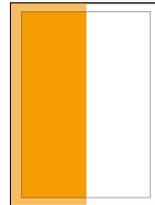
Mitgliedschaften: LA-MED

Formate (Breite x Höhe)

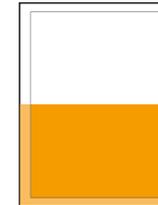
Anzeigenpreise rabattfähig, 4-farbig Euroscala



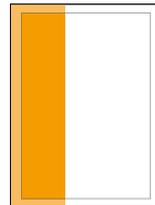
1/1 Seite
178 x 257 mm
AZ im Satzspiegel
207 x 280 mm
AZ im Anschnitt*
5.150 €



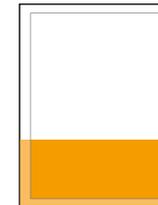
1/2 Seite hoch
86 x 257 mm
AZ im Satzspiegel
95 x 280 mm
AZ im Anschnitt*
2.830 €



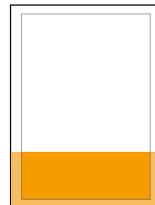
1/2 Seite quer
178 x 126 mm
AZ im Satzspiegel
207 x 136 mm
AZ im Anschnitt*
2.830 €



1/3 Seite hoch
56 x 257 mm
AZ im Satzspiegel
65 x 280 mm
AZ im Anschnitt*
2.320 €



1/3 Seite quer
178 x 79 mm
AZ im Satzspiegel
207 x 89 mm
AZ im Anschnitt*
2.320 €



1/4 Seite quer
178 x 62 mm
AZ im Satzspiegel
207 x 72 mm
AZ im Anschnitt*
1.800 €



1/4 Seite Block
86 x 126 mm
AZ im Satzspiegel
95 x 136 mm
AZ im Anschnitt*
1.800 €

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

* zzgl. 3 mm Anschnitt

Vorzugsplätze (1/1 Seite 4c Anzeige):

- 2. Umschlagseite € 6.440,-
- 4. Umschlagseite € 6.440,-
- je Seite gegenüber Inhalt € 6.440,-
- 1. rechte Anzeigenseite im Heft € 6.440,-

Platzierungszuschlag:

bei verbindlicher Zusage des Verlags 15 %

Durchhefter: (nicht rabattfähig)

Umfang	Papiergewicht	Gesamtpreis
4 Seiten	bis 100g/m ²	€ 11.600,-

Anlieferung:

Muster bei Auftragserteilung.
Format: plano, unbeschnitten
4-seitiger Durchhefter: 414 mm breit x 280 mm hoch

Beschnittzugaben:

Am Kopf: 5 mm Am Fuß: 5 mm Außen: je 5 mm

Beilagen: (nicht rabattfähig und nur für Gesamtauflage)

- bis 25 g Gewicht € 2.950,-
- bis 50 g Gewicht € 3.450,-

Aufgeklebte Postkarten: (nicht rabattfähig)

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

Lieferanschrift Beilagen, Durchhefter und Postkarten:

QUBUS media GmbH, Warenannahme, Kennwort: A&W Gynäkologie
Ausgabe/Jahr, Beckstr. 10, 30457 Hannover

Rabatte: drei Seiten 5 %, sechs Seiten 10 %

Monat	Nr.	Erscheinungsdatum	Anzeigenschluss	Druckunterlagenschluss*	Durchhefter / Beilagen Anlieferungstermin
Februar	1	25.02.25	23.01.25	29.01.25	06.02.25
April	2	25.04.25	21.03.25	27.03.25	04.04.25
Juni	3	25.06.25	20.05.25	26.05.25	04.06.25
August	4	25.08.25	22.07.25	28.07.25	05.08.25
Oktober	5	25.10.25	23.09.25	29.09.25	08.10.25
Dezember	6	20.12.25	19.11.25	25.11.25	03.12.25

* 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 ausgedrückt oder nicht verständlich geschrieben. Im Gespräch mit Patientinnen müssen wir verständlich formulieren.

„Für Journalisten gehört passion für die Zielgruppe zu schreiben zum Handwerk. Als Fachfeld haben wir es entdeckt, weil die Lesergroße kompakteren Texten schenken die Kolleginnen und Kollegen, die für das Journal Onkologie der Medizin GmbH in Regensburg arbeiten, anders als wir, die Team von ARZT & WIRTSCHAFT in Landshut. Beide Teams gemeinsam ist der Wille, für die eigene Zielgruppe passion zu schreiben.“

„Wann da ganzes Semester zu Ende? Ich meine Klinikern, aber auch nicht im Austausch mit Kolleginnen und Kollegen weiß ich, dass die Kommunikation mit Patientinnen in diesem Umfang auf der Schwachseite ist.“

Zum einen fällt bei den meisten Betroffenen die praxen- und emotionale Klage, wenn sie im Gespräch realisieren, dass sie einen wichtigen Thema haben. Das ist unabhängig von Bildungsniveau und sozialem Status.

Eingangs hatte ich erwähnt, dass es zum Handwerk der Journalisten gehört, für die Zielgruppe passion zu schreiben. Damit ist die Herausforderung für Ärzte, eine onkologische Diagnose zu übersetzen, deutlich schwieriger. Denn man muss abschätzen können, wenn man diese Nachrichten übermitteln, die sie jemand, der täglich seine Information aus der FAZ oder der Süddeutschen Zeitung bezieht, der sich über die BILD-Zeitung überfordert. In Anbetracht des Semmes, die mit den Nachrichten verfahren, sind sie, Bräuer sicher der passenden Begriff als Mischkategorie.

Ein Spezialthema passt relativ gut mit einem, das wichtige Themen im Gespräch verpacken werden.

Was die einzelnen Patientin aber überhört nicht nur aus. Mein Blomacher Lehrer hat es doch als unendlich bezeichnend. Patientinnen gegenüber solche Aussagen zu treffen. Mehr als die große Politik, dass mehrere als Männer mit Kreisläufers nach fünf Jahren noch leben, sollte man den Patientinnen auf keinen Fall geben. Bei anderen onkologischen Tumoren ist es deutlich schwieriger, daher sollte man keine falschen Hoffnungen wecken.

Neben der Lebenserwartung interessieren Betroffene auch, was für therapeutischen Möglichkeiten es gibt und welche Konsequenzen dies haben. Diese sind, was oft möglichen Optimismus geben und in der Diskussion mitbringen werden.

Immer wieder fällt auf, dass Tumorkommunikation und ihre Kernteam und Ärzte unterschiedlich denken. So ist nicht nur die wissenschaftliche höhere Lebenserwartung durch eine Therapieoption im Thema, sondern, mindestens genauso wichtig, wie stark diese Therapieoption die Lebensqualität beeinträchtigt. Den Einfluss von Tumoren und Therapie auf Familienplanung und Lebensqualität sollte man deshalb im Gespräch mit einer Tumorkommunikation berücksichtigen.

Die Adressierten über einen Produktivität, die möglichen Therapien und die Konsequenzen überfordert. Zeit und vor allem Empathie.

zen können, wenn man diese Nachrichten übermitteln, die sie jemand, der täglich seine Information aus der FAZ oder der Süddeutschen Zeitung bezieht, der sich über die BILD-Zeitung überfordert. In Anbetracht des Semmes, die mit den Nachrichten verfahren, sind sie, Bräuer sicher der passenden Begriff als Mischkategorie.

Ein Spezialthema passt relativ gut mit einem, das wichtige Themen im Gespräch verpacken werden.

Was die einzelnen Patientin aber überhört nicht nur aus. Mein Blomacher Lehrer hat es doch als unendlich bezeichnend. Patientinnen gegenüber solche Aussagen zu treffen. Mehr als die große Politik, dass mehrere als Männer mit Kreisläufers nach fünf Jahren noch leben, sollte man den Patientinnen auf keinen Fall geben. Bei anderen onkologischen Tumoren ist es deutlich schwieriger, daher sollte man keine falschen Hoffnungen wecken.

Neben der Lebenserwartung interessieren Betroffene auch, was für therapeutischen Möglichkeiten es gibt und welche Konsequenzen dies haben. Diese sind, was oft möglichen Optimismus geben und in der Diskussion mitbringen werden.

Immer wieder fällt auf, dass Tumorkommunikation und ihre Kernteam und Ärzte unterschiedlich denken. So ist nicht nur die wissenschaftliche höhere Lebenserwartung durch eine Therapieoption im Thema, sondern, mindestens genauso wichtig, wie stark diese Therapieoption die Lebensqualität beeinträchtigt. Den Einfluss von Tumoren und Therapie auf Familienplanung und Lebensqualität sollte man deshalb im Gespräch mit einer Tumorkommunikation berücksichtigen.

Die Adressierten über einen Produktivität, die möglichen Therapien und die Konsequenzen überfordert. Zeit und vor allem Empathie.

Die Adressierten über einen Produktivität, die möglichen Therapien und die Konsequenzen überfordert. Zeit und vor allem Empathie.

Die Adressierten über einen Produktivität, die möglichen Therapien und die Konsequenzen überfordert. Zeit und vor allem Empathie.

Die Adressierten über einen Produktivität, die möglichen Therapien und die Konsequenzen überfordert. Zeit und vor allem Empathie.

QUALITÄTSMANAGEMENT

Gespräche mit Tumorkommunikation sind nicht einfach, in der Praxis besteht unter der Möglichkeit, eine Patientin oder einen Kollegen dazu zu bitten, der dem Fachtext zur Gesprächsleitfaden spielen kann. Eventuell kann eine Checkliste helfen, auf die man sich orientieren kann, nicht nur ist. Dadurch kann man vermeiden, dass wichtige Themen im Gespräch vergessen werden.

Was die einzelnen Patientin aber überhört nicht nur aus. Mein Blomacher Lehrer hat es doch als unendlich bezeichnend. Patientinnen gegenüber solche Aussagen zu treffen. Mehr als die große Politik, dass mehrere als Männer mit Kreisläufers nach fünf Jahren noch leben, sollte man den Patientinnen auf keinen Fall geben. Bei anderen onkologischen Tumoren ist es deutlich schwieriger, daher sollte man keine falschen Hoffnungen wecken.

Neben der Lebenserwartung interessieren Betroffene auch, was für therapeutischen Möglichkeiten es gibt und welche Konsequenzen dies haben. Diese sind, was oft möglichen Optimismus geben und in der Diskussion mitbringen werden.

Immer wieder fällt auf, dass Tumorkommunikation und ihre Kernteam und Ärzte unterschiedlich denken. So ist nicht nur die wissenschaftliche höhere Lebenserwartung durch eine Therapieoption im Thema, sondern, mindestens genauso wichtig, wie stark diese Therapieoption die Lebensqualität beeinträchtigt. Den Einfluss von Tumoren und Therapie auf Familienplanung und Lebensqualität sollte man deshalb im Gespräch mit einer Tumorkommunikation berücksichtigen.

Die Adressierten über einen Produktivität, die möglichen Therapien und die Konsequenzen überfordert. Zeit und vor allem Empathie.

Die Adressierten über einen Produktivität, die möglichen Therapien und die Konsequenzen überfordert. Zeit und vor allem Empathie.

Die Adressierten über einen Produktivität, die möglichen Therapien und die Konsequenzen überfordert. Zeit und vor allem Empathie.

Die Adressierten über einen Produktivität, die möglichen Therapien und die Konsequenzen überfordert. Zeit und vor allem Empathie.

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.

UPDATE ONKOLOGIE

„Für die meisten Patientinnen mit einer Krebserkrankung ist es schwer, über ihre Erfahrungen zu sprechen und veremotivale Tabuthemen wie eine Reueberechtigung der Sexualität in Worte zu fassen. Aber auch nach Krebsoperationen, sondern auch das behandelnde Kernteam und Ärzten fällt es solches Gespräch oft nicht leicht.“

In den Medien sind klare Sevorgaben umrissener

„Wir leben schon lange in einer hypersexualisierten Zeit.“ betonen Bettine und Ralf. In einem Interview mit dem Professor für Krebskommunikation, dem Thema „Wohlbild Sexualität und Krebs“. Wie Sexualität in Intimitätsbereich, wird gesellschaftlich klar festgelegt. Die Zielvorgaben sind, Erregung, Prävention und Organismus. Das ist eine gesellschaftliche Bild der Sexualität, aber einen enormen Druck auf. Aber gerade bei einer Krebserkrankung ist es wichtig, das Bedürfnis nach körperlicher Nähe. Die Gedanken der Betroffenen konzentrieren sich in einer Linie auf das Überleben – von ermutlicher Lage werden viel zu diesem Zeitpunkt nicht wecken.“

Onkologische Behandlungen wie eine Ausbreitungsphase können das sexuelle Erleben massiv beeinträchtigen. Zudem kann ein verändertes Körperbild nach einer Brustoperation, das Haarverlust während der Chemotherapie zusätzlich

Das Thema Sexuelle Gesundheit gehört auch in die Praxis

Wichtig ist das zusätzliche Gespräch mit dem Partner, um gemeinsam auszuwerten, welche Formen der Nähe, auch wenn die Geschlechtsverkehr, möglich sind gemeinsam und. Beide Seiten brauchen Zeit, um den Veränderungen entgegenzutreten. Oft bedarf es der Initiative des Betroffenen, Veränderungen des gemeinsamen und sexuellen Erlebens anzusprechen. Dazu ist die sexuelle Gesundheit ein zentraler Bestandteil und

Die Adressierten über einen Produktivität, die möglichen Therapien und die Konsequenzen überfordert. Zeit und vor allem Empathie.

Die Adressierten über einen Produktivität, die möglichen Therapien und die Konsequenzen überfordert. Zeit und vor allem Empathie.

Die Adressierten über einen Produktivität, die möglichen Therapien und die Konsequenzen überfordert. Zeit und vor allem Empathie.



Sowohl die Sexualmedizin als auch ein Beratungsgespräch zum Thema Partnerschaft und Sexualität gehören zu einer patientenorientierten Versorgung in der Praxis.

sofort immer in der Behandlung mitgenommen werden. Das liegt nach der Arbeitsgemeinschaft Gynäkologische Onkologie (AGO) in ihrer Leitlinie fest. Wenn notwendig, kann ein Screening-Fahrgenau bei Sexualfunktion einen eventuellen Gesprächsbedarf ermöglichen. Dieser kann in der Leitlinie angegeben werden. Ungeplante Brustkrebsoperationen, Schmerzmittel und sexuelle Funktionsstörungen können erhebliche Auswirkungen auf die Lebensqualität. Hier können hormonelle Fruchtbarkeits- oder vaginale Östrogenpräparate verschrieben werden. Hormontherapie-Patienten werden aber nicht von allen informiert und bei einem intergruppalen Tumorgebrauch kontraindiziert.

Zur Bekämpfung des vagen-vaginalen Antriebs sollte sich 2012 die CO₂-Lasertechnik zur Verfügung. Diese verbleibende Rekonstruktionsmethode überfordert die geschlechtlichen Kombinationen der Kernteam für diese Behandlung nicht mehr.

Die Bettine Bräuer

Quelle: Deutscher Pressedienst, 2024
Sexuelle und sexuelle Kommunikation
19.09.2024, 10:00 Uhr
19.09.2024, 10:00 Uhr
19.09.2024, 10:00 Uhr

Die Adressierten über einen Produktivität, die möglichen Therapien und die Konsequenzen überfordert. Zeit und vor allem Empathie.

Die Adressierten über einen Produktivität, die möglichen Therapien und die Konsequenzen überfordert. Zeit und vor allem Empathie.

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/Privatepatienten). Wirtschaftstipp und kommentierte Literatur runden die Sonderproduktion ab.

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

Therapie-Magazin

Primäre Prävention beim HPV-assoziierten Tumoren
HPV-Impfung: Diese Fakten sprechen dafür

Sie ist über 15 Jahren alt und die Empfehlung gegen humane Papillomviren (HPV). Diese kann der Entstehung von bestimmten HPV-assoziierten Tumoren vorbeugen. Trotz Empfehlung der Ständigen Impfkommission (Stiko) der Bundesregierung für Mädchen und Jungen im Vorschulalter auf insgesamt Neuen. Erzeugnis für Eltern, bei Kinder spielen zu lassen.

ENTWICKLUNG DES HPV-ASSOZIIERTEN DES TRIMESTERLEISTEN UND DES HPV-IMPFBODEN
ENTWICKLUNG DES HPV-ASSOZIIERTEN DES TRIMESTERLEISTEN UND DES HPV-IMPFBODEN

Stimmungen zum Prävention

In Deutschland wurde im Rahmen der 2014-2015-Prävention 11-15-jährigen Mädchen und Jungen HPV-Vakzination empfohlen. Die Ständige Impfkommission (Stiko) der Bundesregierung hat im März 2014 empfohlen, dass das neue HPV-Impfstoff für Mädchen ab dem 9. Lebensjahr und für Jungen ab dem 9. Lebensjahr empfohlen wird. Die Ständige Impfkommission (Stiko) der Bundesregierung hat im März 2014 empfohlen, dass das neue HPV-Impfstoff für Mädchen ab dem 9. Lebensjahr und für Jungen ab dem 9. Lebensjahr empfohlen wird. Die Ständige Impfkommission (Stiko) der Bundesregierung hat im März 2014 empfohlen, dass das neue HPV-Impfstoff für Mädchen ab dem 9. Lebensjahr und für Jungen ab dem 9. Lebensjahr empfohlen wird.

Therapie-Magazin

WICHTIGES FAKTEN FÜR DIE HPV-IMPFBODEN

Die HPV-Impfung ist eine wirksame Methode zur Primärprävention von HPV-assoziierten Tumoren. Sie ist über 15 Jahren alt und die Empfehlung gegen humane Papillomviren (HPV). Diese kann der Entstehung von bestimmten HPV-assoziierten Tumoren vorbeugen. Trotz Empfehlung der Ständigen Impfkommission (Stiko) der Bundesregierung für Mädchen und Jungen im Vorschulalter auf insgesamt Neuen. Erzeugnis für Eltern, bei Kinder spielen zu lassen.

Stimmungen zum Prävention

In Deutschland wurde im Rahmen der 2014-2015-Prävention 11-15-jährigen Mädchen und Jungen HPV-Vakzination empfohlen. Die Ständige Impfkommission (Stiko) der Bundesregierung hat im März 2014 empfohlen, dass das neue HPV-Impfstoff für Mädchen ab dem 9. Lebensjahr und für Jungen ab dem 9. Lebensjahr empfohlen wird. Die Ständige Impfkommission (Stiko) der Bundesregierung hat im März 2014 empfohlen, dass das neue HPV-Impfstoff für Mädchen ab dem 9. Lebensjahr und für Jungen ab dem 9. Lebensjahr empfohlen wird.

ARZT & WIRTSCHAFT (Logo)

ARZT & WIRTSCHAFT (Logo)

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: 207 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: 207 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.

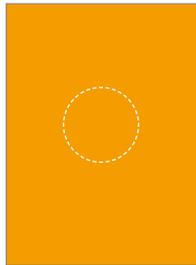
Papier: 170 g/qm, glänzend.

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



Stanze
Vorderseite, Rückseite



Anzeige
rechts

Seitenformat: 207 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.

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



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
Redaktionsassistentin
T +49 8191 305 55-31
franziska.daschner@
medtrix.group



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



Sigrid v. See-Bredebusch
Corporate Publishing
T +49 8191 305 55-28
sigrid.see-bredebusch@
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



Lutz Gey
Key Account Manager
T +49 8191 305 55-13
lutz.hey@
medtrix.group