

DigitalDoctor

Die neuen Medien für die Medizin der Zukunft

MEDIA DATEN 2023/ 24



MEDIENINITIATIVE
DIGITALE MEDIZIN
Information + Kommunikation + Service

MEDIENINITIATIVE DIGITALE MEDIZIN

Information + Kommunikation + Service

IN KOOPERATION MIT

 Bundesministerium
Finanzen

 **AUSTRO
MED**

 **IGEPHA**
The Austrian Self Care Association

 **PHARMIG**
Verband der pharmazeutischen
Industrie Österreichs

austrian health forum.

 **AIT**
AUSTRIAN INSTITUTE
OF TECHNOLOGY
TOMORROW TODAY

 **GP**
Gesellschaft für
PROZESSMANAGEMENT

 **Boehringer
Ingelheim**

 **K-Businesscom**

 **MSD**

 **Roche**

 **IQVIA**

 **Diagnosia**
by APOVERLAG

 **NOVARTIS**

DigitalDoctor

Das neue Journal für die Medizin der Zukunft

Zukunft Gesundheit:
Digitalisierung für ein stärkeres Österreich!



Inhalt

Mission & Ziele	Seite 4	Website digitaldoctor.at	Seite 14
		Display Ads	
		Microsite	
		Newsletter	
Advisory Board	Seite 5		
Partnermodelle	Seite 6		
Journal DigitalDoctor	Seite 8	Video- und Audioformate	Seite 17
Blattlinie			
Rubriken			
Formate			
Zielgruppen			
Erscheinungstermine			
Anzeigenformate	Seite 10	Veranstaltungen	
		Live, digital, hybrid	Seite 19
Sonderwerbeformen	Seite 11	Wissenschaftliche Fortbildung	Seite 20
		Literaturstudium	
		E-Learning multimedial	
Kommunikation on demand		Team	Seite 22
Formate & Reprints	Seite 12		



Mission

Die Digitalisierung im Gesundheitsbereich ist der wesentliche Schlüssel für die Entwicklung des Gesundheitssystems. Diese digitale Transformation zu fördern und zu beschleunigen ist für alle Stakeholder nicht nur sinnvoll und vernünftig, sondern ein Gebot der Stunde im Interesse der Patient:innen und der Volkswirtschaft Österreichs.

Diese Ziele haben oberste Priorität:



Beschleunigung des Transformationsprozesses



Steigerung der Systemeffizienz und der Prozessqualität



Modernisierung des Systems bei Erhalt der Finanzierbarkeit

Die Initiative baut auf 2 Säulen auf:

- 1 Information und Fortbildung für Ärzt:innen**
damit diese zu maßgeblichen Akteuren und eigenständigen Treibern der digitalen Entwicklung werden; und **Erhöhung der digitalen Kompetenz in der Bevölkerung**
- 2 Vernetzung der Stakeholder**
aus den Bereichen Politik, Kostenträger, Patientenvertretung und Industrie mit der Ärzteschaft und Erzeugung eines **laufenden Dialogs** untereinander

Das Advisory Board, unter meinem Ehrenschatz, deckt alle Stakeholder im Gesundheitswesen ab und stellt eine wesentliche Plattform für das Networking und die Gestaltung der Kommunikationsschwerpunkte Digitalisierung und Telekommunikation dar.

Staatssekretär Florian Tursky, MBA, MSc



Advisory Board

Die Schwerpunkte und Aktivitäten der Medieninitiative werden im Advisory Board gemeinsam von den Expert:innen und Stakeholdern erarbeitet.

Advisory Board

Bestehend aus:

- Ärzteschaft
- Politik
- Interessenvertretungen
- Gesundheitseinrichtungen (Spitäler etc.)
- Industrie (Pharma, Tech, IT...)
- Kostenträgern (Sozial- und Privatversicherungen)
- Patientenvertretungen
- Lehre und Forschung

Redaktion

Die Redaktion filtert die Inputs in Abstimmung mit einem Editorial Board und der Projektleitung nach

- Relevanz
- Attraktivität
- Finanzierung

Themen für

- Magazin
- Portal
- Newsletter
- Social Media
- Workshops
- Veranstaltungen
- Lobbying und PR

Eindrücke vom ersten Advisory Board – Stakeholder bei der Arbeit



Gestalten Sie aktiv mit und werden Sie Medienpartner!

3 Modelle stehen zur Auswahl

Regular

- ✓ Präsentation
- ✓ Media inklusive

€ 5.000,- p. a.

Medium

- ✓ Präsentation
- ✓ Active Player im Board
- ✓ Media inklusive

€ 10.000,- p. a.

Premium

- ✓ Präsentation
- ✓ Active Player im Board
- ✓ Active Player auf dem Podium
- ✓ Media inklusive

€ 15.000,- p. a.



Erklärung der Leistungen in den Partnermodellen

Präsentation

- ✓ Bewerbungsinserat der Medieninitiative mit den Logos der Partner in jeder Ausgabe des DigitalDoctor
- ✓ Mindestens 15 Inserate zur Bewerbung der Medieninitiative p. a., 1/1 mit den Logos der Partner in Titeln der Futuro-Verlage
- ✓ Nennung als Partner mit Logo auf Inserts, Plakaten und Roll-ups bei Events, Kongressen und Pressekonferenzen

Active Player im Board

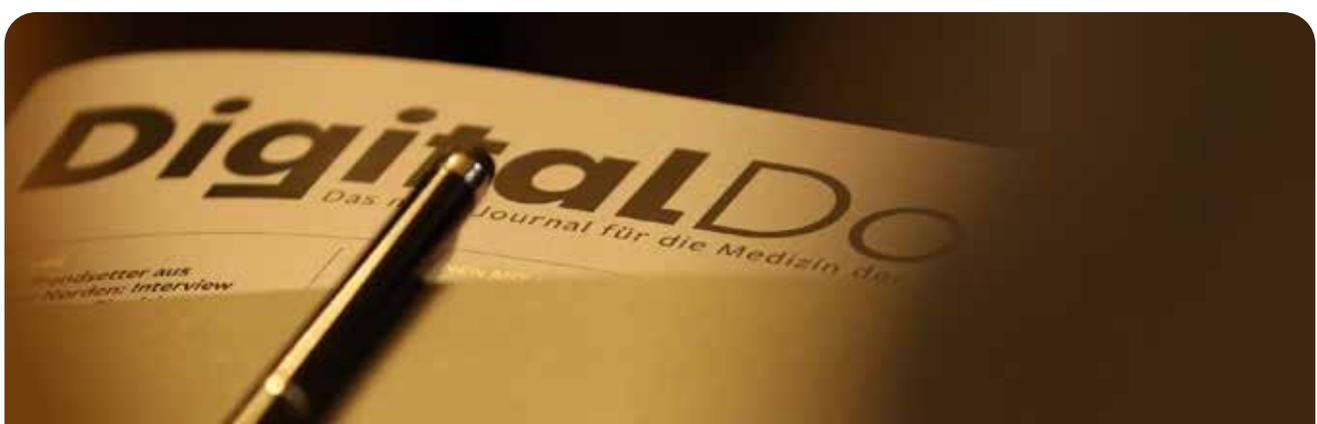
- ✓ Die Initiative hat ein breit zusammengestelltes Advisory Board (AB), das alle Stakeholder im Gesundheitswesen abdeckt und zusammenführt.
- ✓ Vertreter:innen der Partner sind aktiv im Advisory Board vertreten und haben dort ihre Stimme für die Gestaltung der Kommunikationsschwerpunkte und -inhalte.
- ✓ Abstimmungen zwischen AB und Redaktion erfolgen laufend.

Active Player auf dem Podium

- ✓ Führungspersönlichkeiten der Premium-Partner werden zu moderierten Podiumsdiskussionen bei den Events der Initiative und zu Videostatements eingeladen.

Media inklusive

- ✓ Je nach Level des gebuchten Modells werden zusätzlich entsprechend hohe Medialeistungen gewährt, die in den Bereichen Inseraten- und Bannerwerbung von den Partnern im Medienpaket DIGITALDOCTOR platziert werden können.
- ✓ Außerdem bieten wir attraktive Rabatte, wenn Beiträge aus dem DigitalDoctor in Titel der Futuro-Verlage übernommen werden.



Printjournal DigitalDoctor



Blattlinie

DigitalDoctor – editorial orientation

Das Medium DigitalDoctor (Magazin und Website mit Newsletter) wurde im Rahmen der Medieninitiative Digitale Medizin gegründet, um die digitale Weiterentwicklung des Gesundheitswesens in den DACH-Ländern zu fördern und zu begleiten. Wie schon der Name sagt, stellt DigitalDoctor dabei die Healthcare Professionals und hier vor allem die Ärzteschaft ins Zentrum der digitalen Transformation, bilden sie doch die wichtigste Drehscheibe zwischen den Bedürfnissen der Patient:innen und den Versorgungsstrukturen und Angeboten des Gesundheitswesens.

DigitalDoctor setzt sich mit digitalen Technologien nicht um ihrer selbst willen auseinander, sondern betrachtet diese stets im Kontext von vier zentralen Themenfeldern:

- 01 **Arbeiten im digitalen Gesundheitswesen,**
- 02 **Patientenversorgung und Outcomes,**
- 03 **Politik und Markt sowie**
- 04 **Datenschutz und Ethik.**

Die Healthcare Professionals spielen dabei eine dreifache Rolle: Sie sind die Haupt-Adressat:innen der Inhalte im Sinne von Empowerment und Fortbildung, sie sind die wichtigsten Input-Geber:innen für die Themenauswahl und -ausarbeitung und sie sind wesentliche Akteur:innen im Rahmen der Vernetzung der Stakeholder im Gesundheitswesen.

Rubriken

Themen-Rubriken in Print und Online

Digitale Arbeitswelt

Welche Einfluss hat die Digitalisierung auf die Jobs im Gesundheitswesen? Welche neuen Rollen könnten Ärzt:innen in der Zusammenarbeit mit KI einnehmen?

Politik & Markt

Welche Rolle spielen Politik und Sozialversicherung in der digitalen Transformation des Gesundheitswesens? Wie arbeiten Pharmaindustrie und Digitalwirtschaft zusammen?

Versorgung & Outcomes

Wie wirkt sich die Digitalisierung auf die Versorgungsprozesse aus? Wie können Diagnostik, Therapie und Prävention durch digitale Tools verbessert werden?

Ethik & Datenschutz

Welche neuen ethischen Fragestellungen ergeben sich im Zuge der Digitalisierung der Medizin? Wie kann trotz „Data-driven medicine“ die Privatsphäre gesichert werden?

Spezielle Formate

Doctor's Perspective

Die Sichtweise klinisch tätiger Ärzt:innen bei jedem Artikel

Big Picture

Interview mit internationalen Digitalisierungsexperten

Healthcare Café

Die Inputs aus den Advisory Board Meetings

Fortbildung

DFP-approbierte Artikel und E-Learnings zur Digitalisierung

Zielgruppen und Auflage

Mit dem DigitalDoctor, in einer Auflage von 20.000 verbreiteten Exemplaren, erreichen Sie die Ärzteschaft, alle wesentlichen Entscheidungsträger:innen der Stakeholder und die Gesundheitsindustrie:

- 1 Allgemeinmediziner:innen und Ärzt:innen in Klinik & Praxis
- 2 Bundes- und Landespolitik
- 3 Sozial- & Privatversicherer
- 4 Betreiber öffentlicher & privater Spitäler und Gesundheitseinrichtungen (Pflege, Reha)
- 5 Krankenhausmanager:innen
- 6 Industrie (Pharma, Medizintechnik, IT, Logistik)
- 7 Dienstleister (Beratung, Finanz)
- 8 Patientenvertreter:innen
- 9 Lehre & Forschung



© Chris Ryan/KOTO - stock.adobe.com

Erscheinungstermine

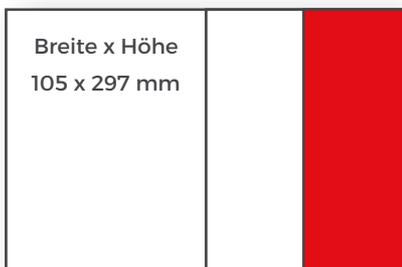
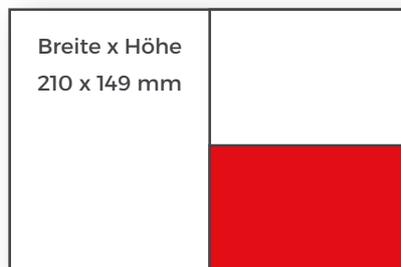


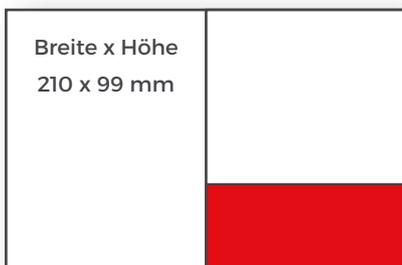
Anzeigenformate

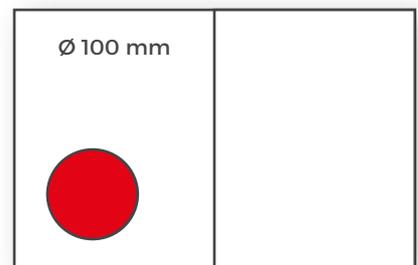
1 1/1 Seite

2 2/1 Seite

3 A5 Juniorpage

4 1/2 Seite hoch

5 1/2 Seite quer

6 1/3 Seite hoch

7 1/3 Seite quer

8 1/4 Seite quer / 1/4 Seite Corner

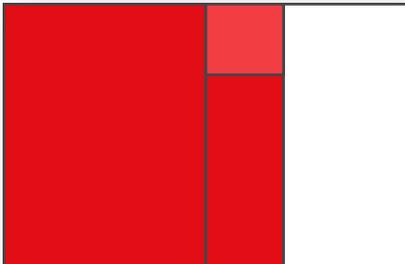
9 Kreisinsert


Legende zu den Formaten

Nr.	Format	Preis	Rabattstaffelung
1	1/1 Seite Innenseiten	€ 5190,-	2 Schaltungen 10 % 3 Schaltungen 15 % 4 Schaltungen 20 %
2	2/1 Seite	€ 8650,-	
3	A5 Juniorpage	€ 3960,-	
4 5	1/2 Seite hoch oder 1/2 Seite quer	€ 3680,-	
6 7	1/3 Seite hoch oder 1/3 Seite quer	€ 2930,-	(gilt nur bei gleichzeitigen Buchungen innerhalb eines Geschäftsjahres)
8	1/4 Seite quer oder 1/4 Seite Corner	€ 2080,-	
9	Kreisinsert	€ 2890,-	
+	Platzierungszuschlag U4/U2	€ 590,-	

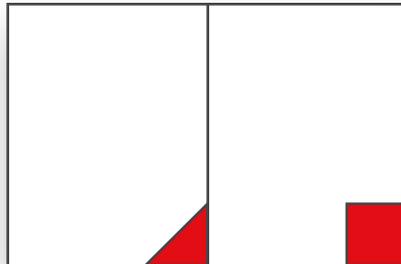
Sonderwerbformen

1 Coverflappe Maxi¹



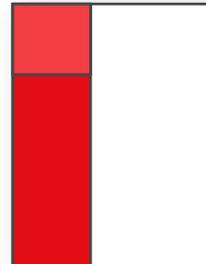
Breite x Höhe außen:
290 x 222 mm
Breite x Höhe innen:
290 x 297 mm

2 Covercorner



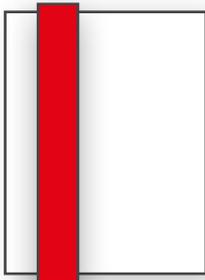
Breite x Höhe Dreieck:
75 x 75 mm
Breite x Höhe Quadrat:
55 x 55 mm

3 Coverflappe Mini



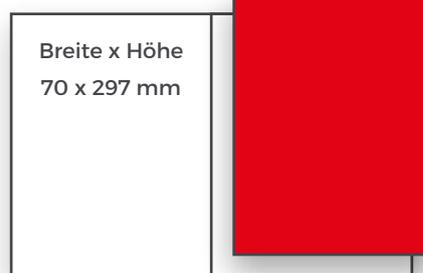
Breite x Höhe außen:
80 x 222 mm
Breite x Höhe innen:
80 x 297 mm

4 Lesezeichen im Heft²



Breite x Höhe Dreieck:
60-80 mm x 310 mm

5 Beilage lose³



Breite x Höhe maximal:
210 x 297 mm

Preis pro Stk. bis

20g:	40g:	60g:	
€ 0,42	€ 0,47	€ 0,52	im Heft
€ 0,55	€ 0,62	€ 0,68	Teilaufgabe +25 %

6 Banderole³



Breite x Höhe:
480 mm x 50-100 mm

Legende zu den Formaten

Nr.	Format	Preis	Referenzen
1	Coverflappe Maxi ¹	€ 7990,-	¹ Exklusivitätszuschlag € 580,-
2	Covercorner	€ 2440,-	² Produktionskosten (bis 5000 Stk.) € 900,-
3	Coverflappe Mini	€ 4620,-	Fortdruck (je 1000 Stk.) € 160,-
4	Lesezeichen im Heft ²	€ 4620,-	³ Selektionsaufschlag 30 %
5	Beilage lose ³	siehe oben	
6	Banderole ³ (je 1000 Stk.)	€ 830,-	

Kommunikation on demand

Je nach Zielsetzung bereiten wir Ihre Botschaft individuell für Sie auf. Entweder im Heft oder als Sonderpublikation für Ihren Außendienst, für den Versand oder als Auflage bei Kongressen. Wählen Sie zwischen unseren vielseitigen Formaten.

Best Practice

Darstellung einer vorbildlichen Digitalisierungsmaßnahme

Interview

Interview mit einem Experten/ einer Expertin über ein im Vorfeld abgestimmtes Thema

Kongress

Symposiumsbericht

Studie

Aufbereitung einer vom Kunden/ von der Kundin bereitgestellten Studie

	Preis
1 Seite	€ 5190,-
2 Seite	€ 8650,-
zuzüglich Autorenhonorar (pro Seite) € 620,-	

NEUROLOGIE

ASCO 2020

„IDH-Inhibitoren sind eine große Hoffnung in der Neuroonkologie“

Auch wenn am visuellen ASCO-Kongress in der Neuroonkologie keine bahnbrechenden „practice changing“ Studien präsentiert wurden, so gab es doch wichtige Ergebnisse, die Hoffnung für die Zukunft machen. Im Interview mit JÄTROS Neurologie & Psychiatrie berichtet Assoc. Prof. Priv.-Doz. Dr. Anna Sophie Berghoff über ihre Highlights vom Kongress und eigene Studienergebnisse, die sie präsentiert hat.

Am ASCO-Kongress wurden mehrere Studien zu rekombinanten IDH-Inhibitoren bei IDH-mutierten Gliomen präsentiert. Was waren die wichtigsten Ergebnisse?

A. S. Berghoff: Generell muss man sagen, dass die IDH-mutierten Gliome rechtlich einstufig sind und weniger aggressiv sind und auch ein besseres Prognoseverhalten sind. IDH-Mutation sind für die Gliome sehr wichtig, weil sie die Tumore charakterisieren. Die große Hoffnung ist dabei, dass durch die Inhibition dieser Signalwege ein Langzeitansprechen bei den Patienten erreicht werden kann. Gliome, die eine IDH-Mutation aufweisen, haben generell schon eine sehr gute Prognose und Patienten können mit einer Behandlung über Jahre hinweg stabil sein. Daher handelt es sich hierbei um eine ideale Patientengruppe.

Am ASCO-Kongress wurde in den IDH-Inhibitoren in vier Studien präsentiert, die einstufig sind. Es waren, in dem Stadium wurde unterschieden zwischen IDH-mutierten Gliomen, die eine Konzentrationsschleife aufweisen, und denen, keine Konzentrationsschleife haben. Gliome mit einer Konzentrationsschleife sind auch aggressiver Tumoren. Diese sind höhergradig und durch die Inhibition dieser Signalwege sind die aggressiven Tumoren ein besseres Prognoseverhalten, in dem am ASCO präsentiert wurden, dass IDH-Inhibitoren bei Tumoren ohne Konzentrationsschleife zu einer Reduzierung der Erkrankung und zu einem Ansprechen führen. Bei aggressiven Tumoren mit einer Konzentrationsschleife hingegen funktioniert die IDH-Inhibition Therapie nicht.

Somit sind die IDH-Inhibitoren ein richtigerer Ansatz, der über bei Patienten mit einer guten Prognose rechtlich werden sollte. Hier gibt es in Zukunft zu untersuchen, wie diese Therapie in primären Studien im Vergleich zu einer „Watch and wait“ Strategie abschneiden. Können sich Patienten mit einer guten Prognose von Anfang an mit IDH-Inhibitoren behandeln werden, oder soll die Behandlung erst erfolgen, wenn ein Progression eintritt? Die entsprechenden Phase-III-Studien werden durch international. Die Ergebnisse werden mit Spannung erwartet.

Bei den primären CNS-Lymphomen wurden zwei Studien zur Erläuterung vorgestellt. Wie schätzen Sie die Ergebnisse dieser Studien ein?

A. S. Berghoff: Die primären CNS-Lymphome sind sehr selten Tumoren, jedoch sind Studien schwierig, aber wenn möglich. Die beiden Studien haben untersucht, ob eine Kombination aus einer Kombination aus Temozolomid und einem IDH-Inhibitor auf dem Gesamtüberleben hat. Dieser Ansatz hat sich bei den sehr aggressiven Tumoren besser als vorher für die Jahre.

Tracy Barbour hat in seiner Diskussion dieses Themas auch angesprochen. Er meinte, dass man bei sehr kleinen Patienten, wie wir in den Studien eingeschlossen waren, auch eine andere Immuntherapieoptionen über das Checkpoint in Betracht ziehen sollte, um die Resultate zu verbessern. Vielleicht hat die Checkpoint-Inhibition nicht viele Langzeitüberlebungen. Bei den Primären CNS-Lymphomen wurde ganz schön angesprochen, dass die Daten zur Lebensqualität auch wichtig.

Man sollte immer bedenken, dass immer Ziel bei diesen Patienten natürlich das Checkpoint und die Heilung sind. Deshalb ist es sehr wichtig, die Nebenwirkungen in der Therapie mitzubedenken, denn für die Patienten ist es natürlich sehr wichtig, ob diese die Konzentrationsschleife langfristig bewahren können.

Vielen Dank für das Gespräch!

Das Interview führte Dr. Nicole Lehner

Gute Blutzuckerkontrolle, Gewichtskontrolle und geringes Hypoglykämierisiko

Die Studie zeigt, dass eine gute Blutzuckerkontrolle mit einer guten Gewichtskontrolle und einem geringen Hypoglykämierisiko verbunden ist. Die Studie wurde in der Gruppe der Typ-2-Diabetiker durchgeführt. Die Ergebnisse zeigen, dass eine gute Blutzuckerkontrolle mit einer guten Gewichtskontrolle und einem geringen Hypoglykämierisiko verbunden ist.

Statements der Experten

Prof. Dr. ...

Prof. Dr. ...

Positionspapier

Details zu Ihrem Produkt oder eine wissenschaftliche Fragestellung werden ausgearbeitet und von 2-5 Expert:innen kommentiert. Ebenso können erste Erfahrungen aus der Real World in dem wissenschaftlichen Text zusammengefasst werden. Das Positionspapier ist hilfreich, um Ihr Produkt nach der Einführungsphase am Markt noch besser zu positionieren. Digital auf der DigitalDoctor-Homepage verfügbar - Paketpreis.

Positionspapier	Preis*
8-seitige Sonderpublikation (je 1000 Stk.)	€ 17 030,-**

* exklusive Expertenonorare
** Fortdrucke (je 1000 Stk.) € 455,-, Beilagen (in passendem Fachjournal) Preis auf Anfrage



Experten im Gespräch

Es werden Fragen zu Ihrem Produkt und/oder digitalen Lösungen ausgearbeitet und mittels Interviews Stellungnahmen von 4-5 Expert:innen erhoben. Um ungeklärte Fragen zur Anwendung des Produktes auszuräumen und die Anwenderzahlen zu steigern, empfiehlt sich diese Sonderpublikation.

Experten im Gespräch	Preis
4-seitige Publikation im Fachmedium* inklusive Arbeitshonorar	€ 16 320,-
optional: Reprints für Ihren Außendienst	auf Anfrage

VIDEO-INTERVIEWS ALS IDEALE ERGÄNZUNG, ATTRAKTIVER PACKAGEPREIS AUF ANFRAGE

Forschung Kompakt

Kompakt zusammengefasster Forschungsbericht oder Studienzusammenfassung zu einem Thema (optional mit einem Expertenkommentar) mit anschaulicher grafischer Aufbereitung

Forschung Kompakt	Preis*
4-seitige Sonderpublikation (je 1000 Stk.)	€ 8250,-***
4-seitige Sonderpublikation (je 1000 Stk.) + Übernahme in das Fachmedium DigitalDoctor	€ 13 440,-***

auch digital auf der DigitalDoctor-Homepage verfügbar - Paketpreis



Reprints

Sonderdrucke eines Beitrags aus dem DigitalDoctor

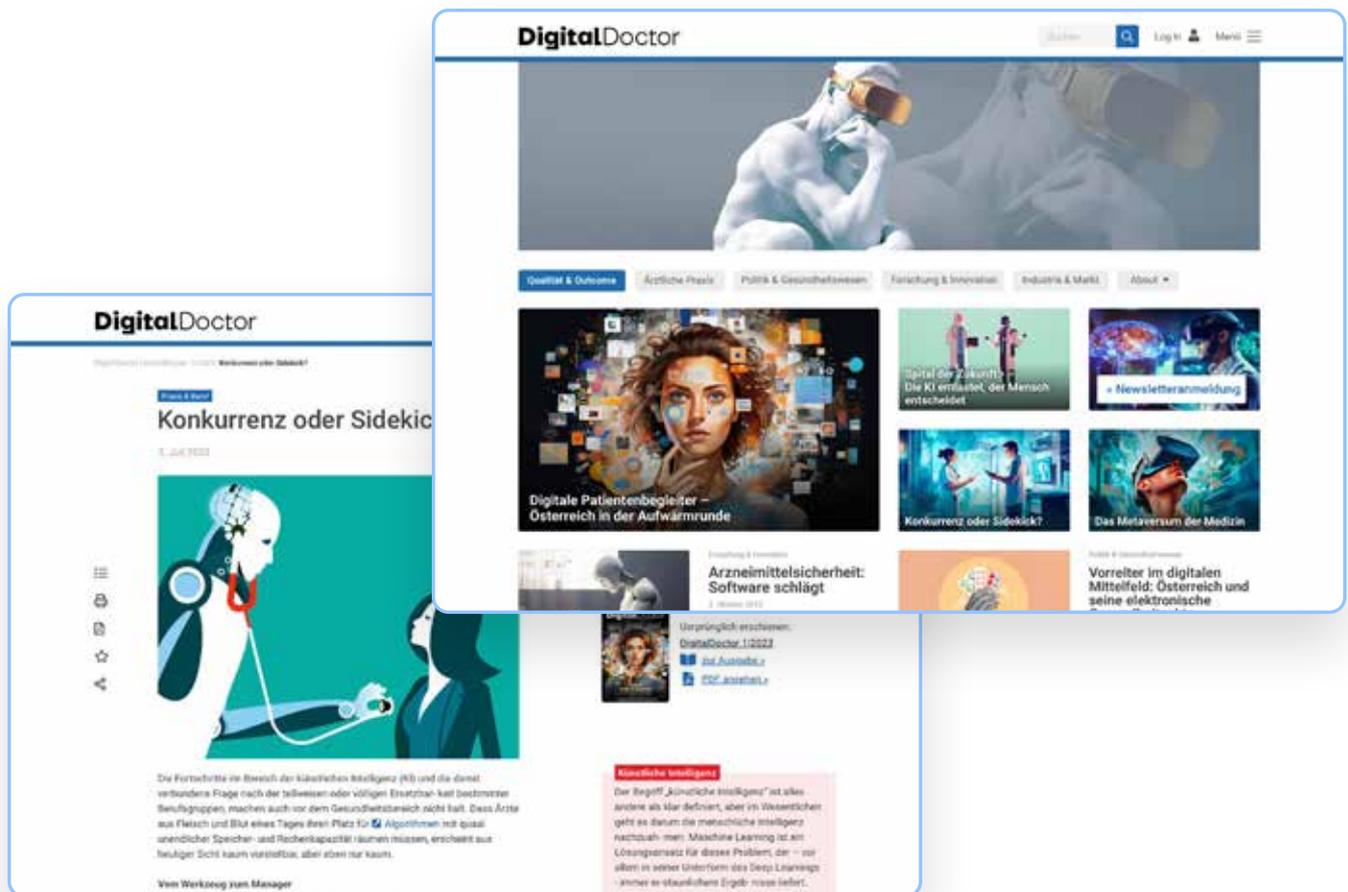
Reprints (je 1000 Stk.)	Entgeltliche Beiträge	Originalbeiträge
2-Seiter	€ 1850,-	€ 2750,-
4-Seiter	€ 2550,-	€ 3450,-
6-Seiter	€ 3250,-	€ 4150,-
8-Seiter	€ 3950,-	€ 4850,-

* exklusive Experten honorare

*** Forschung Kompakt: Fortdrucke (je 1000 Stk.) € 295,-, Beilagen (in passendem Fachjournal) Preis auf Anfrage

www.digitaldoctor.at

Die Plattform präsentiert die gesamte Bandbreite relevanter Publikationen zum Thema digitale Transformation im Gesundheitswesen.



Willkommen in der Online-Welt des DigitalDoctor und der Futuro Group

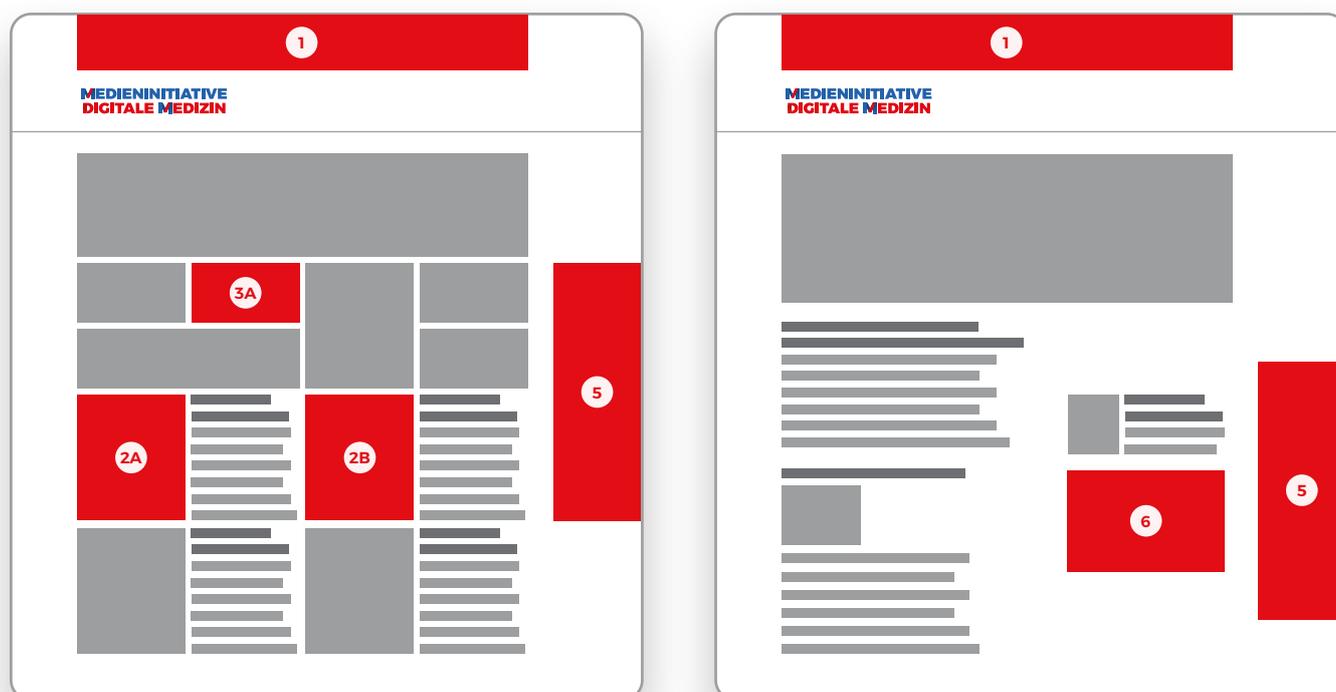
Die Portale der Futuro Group und der Medieninitiative Digitale Medizin nutzen Tausende Ärzte im gesamten deutschsprachigen Raum, um sich zu den wichtigsten und vor allem relevantesten Geschehnissen in ihren Fachbereichen zu informieren oder ihrer Fortbildungspflicht auf kurzweiligem und unkompliziertem Wege nachzugehen und DFP-Punkte zu sammeln.

www.futuroholding.com
www.med-diplom.at
www.medahead-fortbildung.at
www.medmedia.at
www.universimed.com
www.diepunkteon.at
www.med-diplom.at

Wir machen aus Wissen Vorsprung.

Display Ads

Nutzen Sie das Portal, um Ihre Inhalte und Botschaften optimal für eine digitalaffine und entscheidungsrelevante Zielgruppe zu platzieren.



Legende zu den Formaten

Nr.	Format	Preis	Dimension	Hochaufl.	Max KB	Formate
1	Billboard	€ 1510,- *	1200x150 px	2400x300 px	250 Kb	.jpg, .png, .gif
2A	Native Ad	€ 1510,- *	270x162 px	540x324 px	250 Kb	.jpg, .png, .gif
2B	Sitelink	€ 1610,- *	270x359 px	540x718 px	250 Kb	.jpg, .png, .gif
3A	Teaserkachel	€ 1750,- *	270x164 px	540x328 px	250 Kb	.jpg, .png, .gif
5	Sitebar/Halpage	€ 1680,- *	600x800 px	-	250 Kb	.jpg, .png, .gif
6	Content-Ad/Sidebar	€ 1570,- *	300x250 px	600x500 px	250 Kb	.jpg, .png, .gif

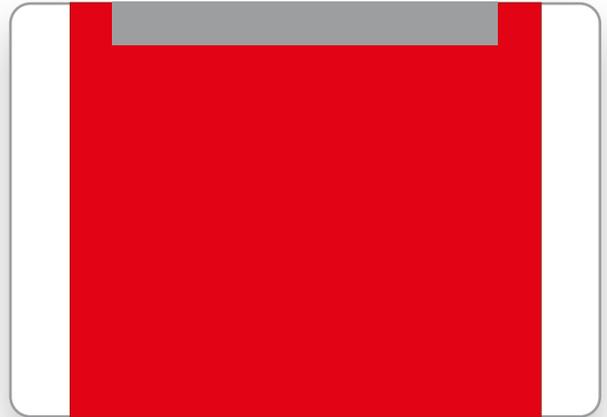
* Preise in Euro pro Monat für einen ausgewählten Fachbereich, Spezifikationen unter [universimed.com/spezifikationen](https://www.universimed.com/spezifikationen)

Alle Preise exkl. Werbeabgabe und USt., vorbehaltlich Preisänderungen und Druckfehler. Es gelten die AGB der Medieninitiative Digitale Medizin, siehe www.digitaldoctor.at

Microsite

Nutzen Sie eine individuelle Microsite zur exklusiven Präsentation Ihrer Inhalte auf unseren Portalen. Die Microsites lassen sich ideal mit unseren Newsletter-Angeboten, aber auch mit Video- und Audio-Formaten kombinieren.

Microsite	Preis
Microsite, 1170x300 px	ab € 4200,-



Newsletter

Erreichen Sie die Leser:innen des DigitalDoctor mit unserem Newsletter zur jeweiligen Ausgabe.



Sitelink

Genauere Zielgruppen-Ansprache durch Platzierung im Newsletter an registrierte Ärzt:innen und Stakeholder (validierte Adressen mit Double Opt-in). Als gekennzeichnete Teaser wird ein Sitelink prominent im Content des gewählten Fachbereichs platziert.

Newsletter	Preis
Native Ad (NL)	€ 1120,-



Banner

Genauere Zielgruppen-Ansprache durch Platzierung im Newsletter an registrierte Ärzt:innen und Stakeholder (validierte Adressen mit Double Opt-in)

Newsletter	Preis
Querbanner Rubrik, 620 x 180 px	€ 1120,-

Spezifikationen unter [universimed.com/spezifikationen](https://www.universimed.com/spezifikationen)

Bei Buchung einer Einschaltung im DigitalDoctor-Newsletter kann dieselbe Werbeform zu einem Sonderpreis in einen Futuro-Group-Newsletter übernommen werden.

DigitalDoctor Exklusiv

Ihr Produkt exklusiv platziert als Display Ad und/oder Sitelink in einem redaktionell erstellten Newsletter an registrierte Ärzt:innen und Stakeholder (validierte Adressen mit Double Opt-in) zu einem eigens definierten Versandtermin. Zwei Werbemittel können platziert werden.

Sondernewsletter	Preis
Sondernewsletter	ab € 4600,-



Digitale Video- und Audio-Formate

Videos haben sich in der medizinischen Kommunikation längst etabliert. Sie garantieren große Aufmerksamkeit und sind gut geeignet, um wichtige Informationen oder komplexe Sachverhalte leicht verständlich zu transportieren. Auch in der Fortbildung finden Videos sehr häufig Verwendung.

Video-Experten-Interview

Durchführung des Interviews mit einem Experten/einer Expertin, Konzeption und inhaltliche Abstimmung mit dem Sponsor unter Berücksichtigung kundenspezifischer Vorgaben

ab € 3900,-

Aufzeichnung Expertenvortrag

Professionelle Aufzeichnung und Nachbearbeitung eines Vortrags. Begleitend werden Slides, Bilder und/oder andere bereitgestellte Informationen eingeblendet.

- Auch als DFP-Sponsoring möglich
- Optional als Live-Streaming buchbar

Preis auf Anfrage

Eventbericht

Berichterstattung von Veranstaltungen, Kongressen, Expertenmeetings und Events jeglicher Art. Aufbereitung mit stimmungsvollen Bildern und kurzen Statements oder als sachliche Reportage. Besonders geeignet zur Nachbearbeitung einer Veranstaltung

Preis auf Anfrage

Animiertes Video

Ideal zur Erklärung oder Vertiefung komplexer Inhalte und als Imagefilm. Konzeption und inhaltliche Abstimmung mit dem Sponsor und Expert:innen
 • Mit 2D- und/oder 3D-Animation

ab € 10 940,-

Study Break

Informationsvideo mit einer Dauer von maximal fünf Minuten als Kombination aus Experteninterview und animierten Elementen. Zur einfachen Darstellung von komplexen Inhalten wie z. B. Studiendaten

ab € 10 940,-

Podcast

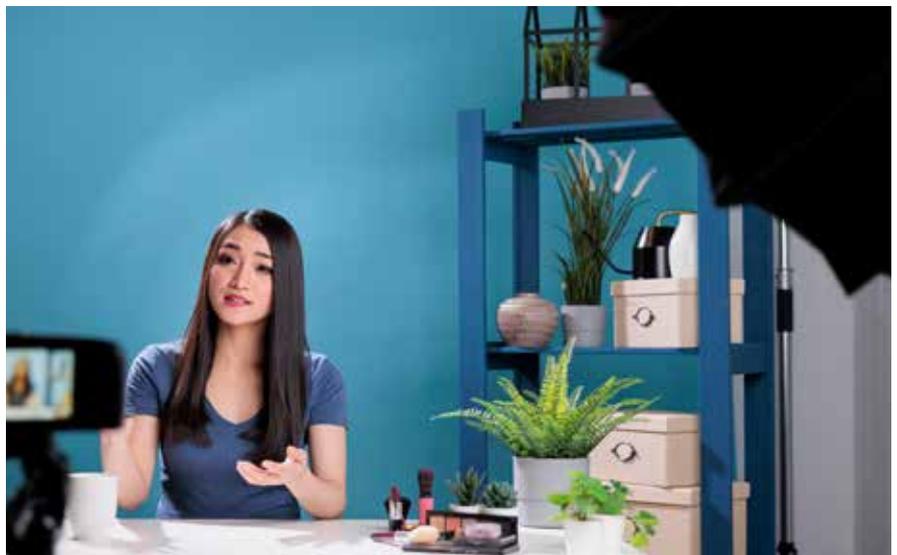
Spannende Themen werden als Audiofiles in gut konsumierbaren Einheiten aufbereitet. Podcasts können so der Erklärung oder Vertiefung eines komplexen Themas dienen. Auch als DFP-Sponsoring möglich

Preis auf Anfrage

Zu allen digitalen Video- und Audio-Formaten buchbar:

- Übersetzung
- Untertitel: inkl. Transkription und Lektorat
- Live-Streaming: Ermöglichen Sie die Teilnahme an Veranstaltungen, Fortbildungen oder Meetings auch jenen Interessenten, die nicht vor Ort sein können.
- Zusammenfassung: Die Inhalte Ihrer Video-/Audio-Produktion werden auf zwei Seiten im passenden Fachjournal zusammengefasst.

! Andere Video- und Audio-Formate setzen wir auf Anfrage gerne für Sie um.



Expertenmeetings

Perfekte Organisation Ihres Meetings – von der Planung bis zur Abwicklung

Für die Organisation von Meetings aller Art können Sie auf unsere umfassende Expertise in der Abwicklung von **Präsenz-, Online- und Hybrid-Veranstaltungen** zurückgreifen.

Unser Leistungsangebot reicht von der Organisation klassischer Vor-Ort-Meetings über rein virtuelle Besprechungen bis hin zu hybriden Lösungen, die optimal auf Ihre **individuellen Vorstellungen** zugeschnitten sind.

Wir bieten Ihnen dabei das **komplette Paket**: von der Planung über die Koordination der verschiedenen Leistungsträger bis hin zur umfassenden Betreuung während des Meetings selbst.



Vor-Ort-Meeting

Locationsuche und Ablaufplanung
Koordination Location
Abrechnung mit diversen
Leistungsträgern
Vor-Ort-Betreuung

Meeting-Organisation für

bis zu 8 Teilnehmer:innen	€ 2720,-
9-15 Teilnehmer:innen	€ 3400,-
16-25 Teilnehmer:innen	€ 4080,-



Digitales Meeting

Digitale Meeting-Plattform inkl.
Lizenzen (Zoom, GoToMeeting etc.)
Durchgehend technische Meeting-
Betreuung
1:1-Videoaufzeichnung
Diverse Meetingtools

Meeting-Organisation für

bis zu 8 Teilnehmer:innen	€ 2350,-
---------------------------	----------



Hybrides Meeting

Locationsuche, Ablaufplanung,
Koordination von Location und Techni-
k, Versand der Login-Links, Abrech-
nung mit diversen Leistungsträgern
Technik (Kameras, Mikros, Lautspre-
cher, Flatscreens, Regie inkl. Tontechni-
k, Auf- und Abbau, Personal)
Vor-Ort-Betreuung

Meeting-Organisation für

bis zu 15 Teilnehmer:innen	€ 6400,-
Technik (3 Kameras)	
16-25 Teilnehmer:innen	€ 4080,-
Technik (6 Kameras und externe Tontechnik)	



Bei allen Formaten ist die Protokollerstellung durch eine/n Medical Writer inkludiert.

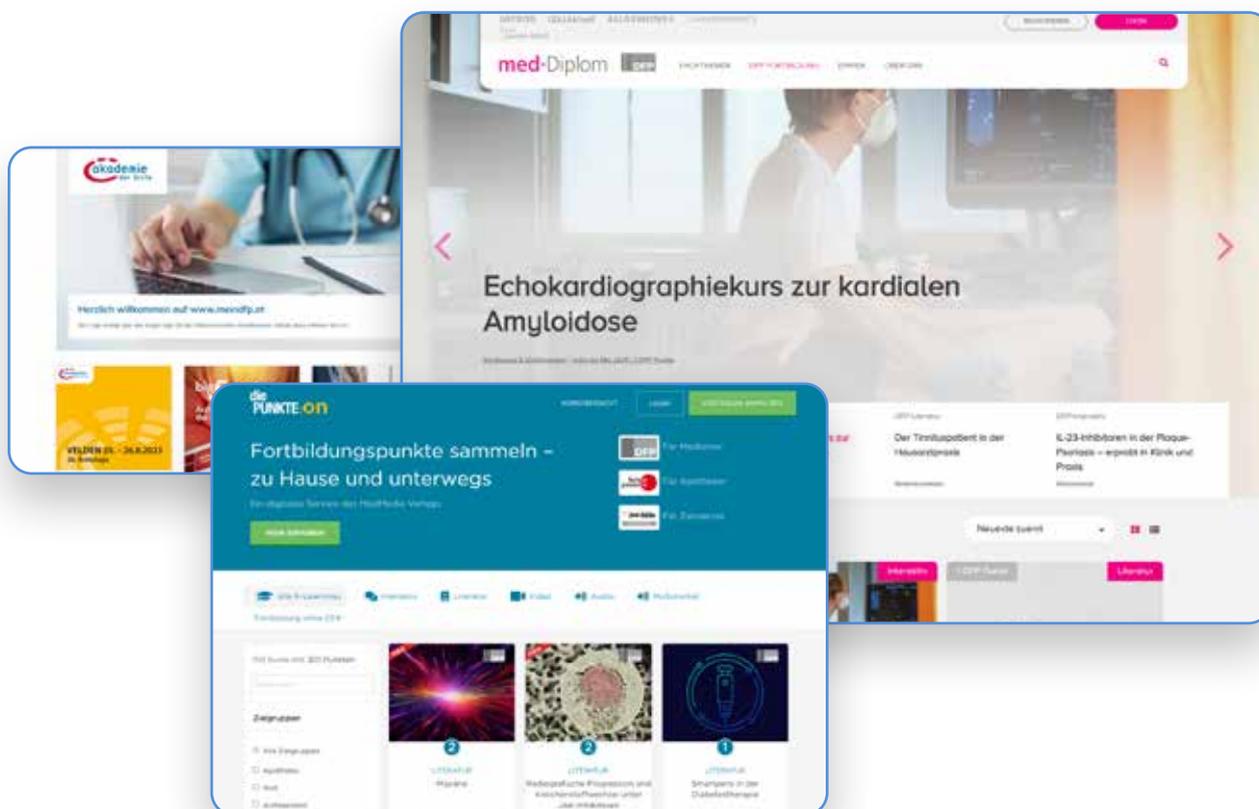


Die redaktionelle Aufbereitung der Meetinginhalte und -ergebnisse erfolgt nach Zielsetzung und individuellen Anforderungen des Sponsors in Print oder digital. Nutzen Sie die vielfältigen Kanäle der Futuro-Gruppe, um Ihren Content bei den wesentlichen Zielgruppen zu verankern.

Wissenschaftliche Fortbildung – didaktisch neu durchdacht

Die Medieninitiative Digitale Medizin hat es sich zur Aufgabe gemacht, im Bereich der DFP-approbieren Fortbildung laufend neue Akzente zu setzen. Dabei folgen wir einem einfachen Grundsatz: Die verpflichtende ärztliche Fortbildung soll für den Arzt, die Ärztin so einfach, so effizient und so bereichernd wie möglich gestaltet sein.

Alle Fortbildungen sind auf www.med-diplom.at, www.diepunkteon.at und www.meindfp.at verfügbar. Eingebettet in eine moderne Lernumgebung können auf den Fortbildungsplattformen mittels Video-Learnings, E-Learnings oder interaktiver Online-Workshops DFP-Punkte gesammelt und direkt auf dem Fortbildungskonto bei der Österreichischen Akademie der Ärzte gutgeschrieben werden.



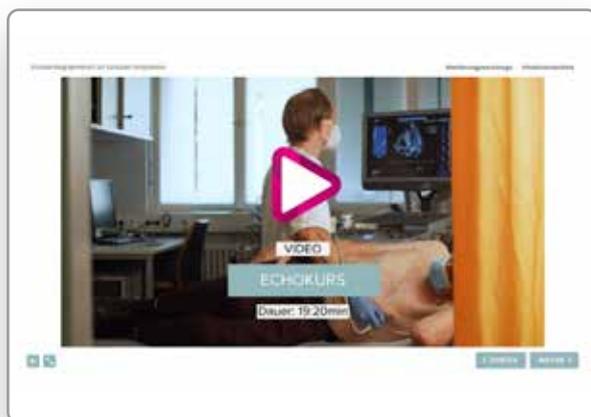
Fortbildungsformate Print & digital



Literaturstudium

Sponsoring eines von einem/einer oder mehreren Expert:innen verfassten Kurstextes über ein vordefiniertes Thema. Dieser wird von zwei unabhängigen Reviewer:innen begutachtet und zum Erwerb von DFP-Punkten approbiert. Ärzt:innen haben damit die Möglichkeit, sich anhand wissenschaftlicher Artikel fortzubilden und DFP-Punkte zu erwerben. Der Kurs wird sowohl als Sonderpublikation im Printformat einem der Futuro-Fachmedien beigelegt als auch digital auf unseren DFP-Portalen veröffentlicht und zusätzlich in einem passenden Newsletter beworben. Die Sonderpublikation ist als klassisches Literaturstudium oder als fallbasiertes Literaturstudium möglich.

	Preis*
Literaturstudium	ab € 17 800,-



Multimedia-E-Learning

Sponsoring eines multimedial aufbereiteten E-Learnings mit einer Mischung aus Text, Bild, Video, Ton, Animation, interaktiven Elementen, Quiz - für jeden Inhalt wird die passende Darstellungsform gewählt. Das E-Learning wird zum Erwerb von DFP-Punkten approbiert. Auch fallbasiert möglich.

	Preis*
Multimedia-E-Learning	ab € 27 000,-

* inklusive Expertenonorare

Unser Team



Mag. Wolfgang Chlud

Projektleiter
Gründer von Universimed



© Christoph Hopfinger

Dr. med. Christian Maté

Chefredaktion
Arzt für Allgemeinmedizin und
Experte für Digitalisierung



© Oliver-Miller-Alchholz

Mag. Claudia Eller

Kundenberatung
Futuro/MedMedia



Mag. Sonja Prückler

Eventmanagement
Futuro/MEDAhead



© Oliver-Miller-Alchholz

Doris Papouschek

Produktion
Futuro/MEDAhead



© Oliver Toman

Amir Taheri

Grafik Design
Futuro/Universimed



© Ulri Engleder

Prim. Dr. Werner Saxinger

Steering Group
Dermatologe und Abgeordneter
zum Nationalrat



Thomas Prantner

Steering Group
Medienexperte, Geschäftsführer C3



© feelimage

Mag. Gabriele Jerlich

Steering Group
Geschäftsführerin Futuro/Medmedia



Dr. Bartosz Chłap, MBA

Steering Group
Geschäftsführer Futuro/Universimed

MEDIENINITIATIVE DIGITALE MEDIZIN

Information + Kommunikation + Service

IN KOOPERATION MIT

 Bundesministerium
Finanzen

 **AUSTRO
MED**

 **IGEPHA**
The Austrian Self Care Association

 **PHARMIG**
Verband der pharmazeutischen
Industrie Österreichs

austrian health forum.

 **AIT**
AUSTRIAN INSTITUTE
OF TECHNOLOGY
TOMORROW TODAY

 **GP**
Gesellschaft für
PROZESSMANAGEMENT

 **Boehringer
Ingelheim**

 **K-Businesscom**

 **MSD**

 **Roche**

 **IQVIA**

 **Diagnosia**
by APOVERLAG

 **NOVARTIS**

DigitalDoctor

Das neue Journal für die Medizin der Zukunft

Zukunft Gesundheit:
Digitalisierung für ein stärkeres Österreich!



Innovation im Fokus. Menschlichkeit im Zentrum.



www.digitaldoctor.at

Futuro Holding GmbH
Markgraf-Rüdiger-Straße 8, 1150 Wien

UNIVERSIMED
MEDIZIN IM FOKUS



MedMedia

MEDahead

Part of
FUTURO
Publishing Group