

Mediadaten 2019

DialogCenter

okomed = Online Kooperation
medizinischer Fachmedien

Thieme Verlag	WPV Verlag	Otto Hoffmanns Verlag
MEDICAL TRIBUNE	Der niedergelassene Arzt	www.esanum.de
DMW	www.thieme.de	DER ALLGEMEINARZT
Verlag Kirchheim	ESANUM	www.aerztliche-journal.de
www.allgemeinarzt-online.de		www.medical-tribune.de
ärztliche journal	www.der-niedergelassene-arzt.de	

DialogCenter - die ideale Plattform für eine effektive Kommunikation mit Ihrer Zielgruppe

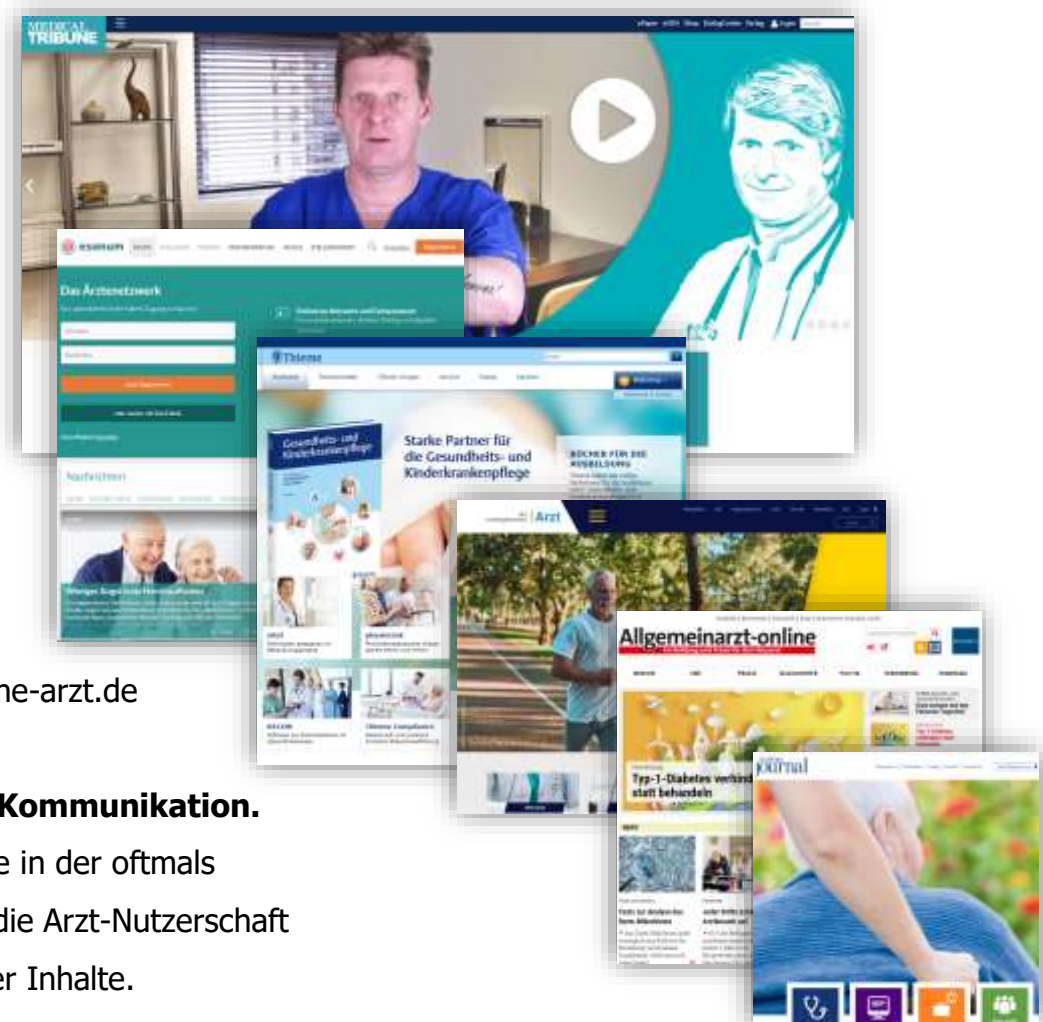
Vermarktet von der medeation GmbH

Deutschlands Experten Netzwerk Nr. 1 für die Kommunikation mit Ärzten - buchbar über 6 renommierte Partner:

- ESANUM//esatum.de
- MEDICAL TRIBUNE //Medical-tribune.de
- ALLGEMEINARZT //allgemeinarzt-online.de
- ÄRZTLICHES JOURNAL //aerztliches-journal.de
- [THIEME \(DMW\) //thieme.de](http://THIEME (DMW) //thieme.de)
- DER NIEDERGELASSENE ARZT //der-niedergelassene-arzt.de

6 Experten bieten Ihnen Know-how, Kontakte, Kommunikation.

Informationen für Ärzte auf höchstem Niveau - gerade in der oftmals beliebigen Nachrichtenflut, die über das Internet auf die Arzt-Nutzerschaft hereinbricht, entscheidet die Qualität und Relevanz der Inhalte.



Das bietet okomed

Für jedes Ziel das richtige Konzept.

Unsere **Content-Lösung „Dialogcenter“** bietet ihnen eine breite Palette an Werbeformen zur Erfüllung vielfältiger Kommunikations- und Marketingziele. Großformatig oder kleinformig, Aufbau von Reichweite und Steigerung des Bekanntheitsgrads oder intensive Auseinandersetzung mit Produkten, Steigerung der Imagewirkung oder Erzielung von Response:

Die Werbeformen werden kontinuierlich weiterentwickelt, die eingesetzten Werbeformen finden Sie in dieser Präsentation.

Kampagnen in Form von Online- und Print-Advertorials stellen wir gerne nach ihren eigenen Wünschen zusammen.

Ebenso sind zielgruppengenaue Kombinationen von Online-Bewerbungspaketen möglich.



DialogCenter – die Fakten.

DialogCenter heißt **73% der APIs** in Deutschland informieren und zum Selbststudium animieren

- Das DialogCenter liefert seinen Nutzern aktuelle Fachinformationen
- Das DialogCenter ist die erste Informationsadresse im Netz für APIs

Für die hohe Qualität garantieren:

- 5 renommierte medizinische Fachverlage + das Ärzteportal esanum
- 6 Partner, die das DialogCenter ständig weiterentwickeln.

DialogCenter ONLINE in Zahlen:

- Reichweite APIs online: > 40.000 gesamt
- Ø Desktop: >63%; Ø Mobile >28%** (Tablet >7%)

DialogCenter PRINT in Zahlen: 1/1 s Advertorial

- Ø Druckauflage 2019: 235.478 je Schaltwelle**
- | | | |
|---------------------------|-------------------|-----------|
| Thieme/DMW: | 11.625/je Ausgabe | Platz 4 |
| Allgemeinarzt: | 54.000/je Ausgabe | LpA 39.0% |
| Ärztliches Journal: | 55.000/je Ausgabe | LpA 40.1% |
| Der niedergelassene Arzt: | 58.353/je Ausgabe | LpA 41,6% |
| Medical Tribune: | 56.500/je Ausgabe | LpA 36.7% |

STARKE ARGUMENTE FÜR EIN ÜBERZEUGENDES NETZWERK

Das Redaktionskonzept: Hohe Basisreichweite und Qualität

Ohne Umwege zu Ihrer Zielgruppe APIs

Schnell und einfach informiert – das DialogCenter liefert seinen Nutzern eine mehrwertorientierte Kommunikation; d.h. aktuelle und relevante medizinische Fachinformationen. Für eine erfolgreiche Teilnahme am medizinischen Geschehen sind dies unverzichtbare Grundlagen.

Das DialogCenter ist damit die erste Informationsadresse im Netz für alle APIs. Unsere Content-Lösung versteht sich auch als Navigator zu weiteren relevanten Informationsquellen.

Das Konzept der Microsite ist **multimedial**, alle Informationen stehen auch **mobil** zur Verfügung. Neue Formen der Interaktion mit dem API werden zudem mit unserem Partner esanum gelebt.

Okomed bietet zusätzlich über **Print-Advertorials** das DialogCenter klassisch zu bewerben und somit den Zugriff auf alle Inhalte ihres DialogCenters zu pushen.

The screenshot displays the DialogCenter website interface. At the top, it says 'DialogCenter' and 'DialogCenter Impfen'. Below this, there are several article teasers with images and text:

- 24.04.2015 | Meningitis** ist eine Entzündung der Hirn- und Rückenmarkshäute, die z.B. durch Viren oder Bakterien z.B. Meningokokken oder das FSME-Virus ausgelöst wird. Das DialogCenter "Impfen" unterstützt Sie bei der Behandlung und Beratung. [zum Thema](#)
- 18.04.2015 | Cannabinoide** in der Therapie sind eine Herausforderung, da Fachinformationen und definierte Indikationen fehlen. Hier finden Sie Unterstützung durch in der Cannabinothherapie erfahrene Experten. [zum Thema](#)
- 01.04.2015 | Für erwachsene Patienten** mit Typ-2-Diabetes könnte eine GLP-1-unterstützte Therapie (GUT) eine geeignete Therapieoption sein. Erfahren Sie in diesem Dialogcenter mehr über den einfachen Einstieg in die Injektionstherapie. [zum Thema](#)
- 09.09.2015 | Herzstück moderne 2013.** Dieses DialogCenter beleuchtet Patientengruppen, stellt aktuellen Fokus und gibt Tipps für die Praxis.
- 22.06.2015 | Moderne Antikoagula** beugen venösen Blutgerinnseln die aktuelle Datenlage zu den Ge... Anwendung in der Praxis. [zum T...](#)

At the bottom right, there is a section titled 'GUT stellt ROT bei oral therapierten Typ-2-Diabetikern' with a QR code and a red arrow pointing to it.

Ihr Online DialogCenter – den Inhalt bestimmen Sie selbst.

Im Mittelpunkt steht ihre Microsite.

Ihr DialogCenter-Advertorial auf 6 renommierten Partnerportalen vereinen mehrere Kommunikationsziele und gewährleisten höchste Werbeeinflizienz.

Sie erreichen mit dem DialogCenter online mehr wie 40.000 APIs.

Ihre Microsite ist fest in das jeweilige Layout von

- esatum.de;
- medical-tribune.de;
- allgemeinarzt-online.de;
- aerztliches-journal.de;
- thieme.de;
- der-niedergelassene-arzt.de

integriert und wird mit ihren Inhalten versehen. Das okomed Team koordiniert die Umsetzung ihres DialogCenters, pflegt die Inhalte (Managed Service) bis hin zur Erstellung eines ausführlichen Reportings.

Umfangreiche **Traffic-Maßnahmen** zahlen auf ihre Microsite ein. Die Traffic-Maßnahmen sind sowohl organisch wie auch durch kostenpflichtige Werberpakete definiert.

Das Online Dialogcenter kann ab 1 Monat Laufzeit, unabhängig von weiteren Optionen gebucht werden.



Dialogcenter Microsite

**Verlinkung auf externe Kundenwebsite
Lead-Generierung**

Video – erobert den Markt.

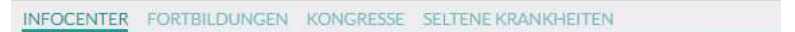
DialogCenter-Nutzer haben die Möglichkeit, ihre Videos in ihrem DialogCenter jederzeit individuell abzurufen.

Behalten Sie immer im Blick, dass Bewegtbild als Bestandteil einer kompletten Strategie integriert werden sollte, nie allein. Für das bestmögliche Ergebnis braucht es einen Medienmix, der auf allen Medienkanälen parallel stattfinden kann und sollte.

In Sachen Emotion und Storytelling ist Bewegtbild jedoch unschlagbar und das ideale Medium, wenn es um das Erreichen dieser Ziele geht:

- Steigerung der Verweildauer im DialogCenter/Website
- Steigerung der Bekanntheit „Thema/Produkt“
- Steigerung des Vertrauens in Produkt/Marke und Unternehmen
- Steigerung der Reichweite
- Verbesserung des Images
- Steigerung der Dauer, die sich Nutzer mit Bewegtbild-Inhalten beschäftigen
- Herstellen einer emotionalen Verbindung zwischen Arzt und Pharma-Hersteller

Video-Integration i.d.R. ohne zusätzliche Kosten



Einfache Injektionstherapie bei Typ-2-Diabetes

Haben auch Sie erwachsene Patienten mit Typ-2-Diabetes, die mit Diät, Bewegung und oralen Antidiabetika keine zufriedenstellende Blutzuckereinstellung mehr erreichen? Für diese Patienten könnte eine GLP-1-unterstützte Therapie (GUT) z.B. mit dem 1x wöchentlich anzuwendenden GLP-1-Rezeptor-Agonisten Trulicity® eine geeignete Therapieoption sein. Hier erfahren Sie alles rund um die moderne Injektionstherapie bei Typ-2-Diabetes.



medeation GmbH

Baustein Bewerberpaket: optional buchbar

Newsletter – hohe Nutzungsintensität.

Newsletter erhalten nur registrierte Nutzer.

Registrierte Nutzer erhalten regelmäßig wertvolle redaktionelle Informationen per E-Mail zugesandt. Newsletter erfreuen sich einer hohen Nutzerbindung und Nutzungsintensität.

Sie gewähren ausreichend Raum zur Präsentation von Informationen.

Durch die Einbettung der Werbebotschaft als Unterbrechung im Lesefluss in Form von Text oder auch grafischen Anzeigen entsteht eine hohe Aufmerksamkeit.

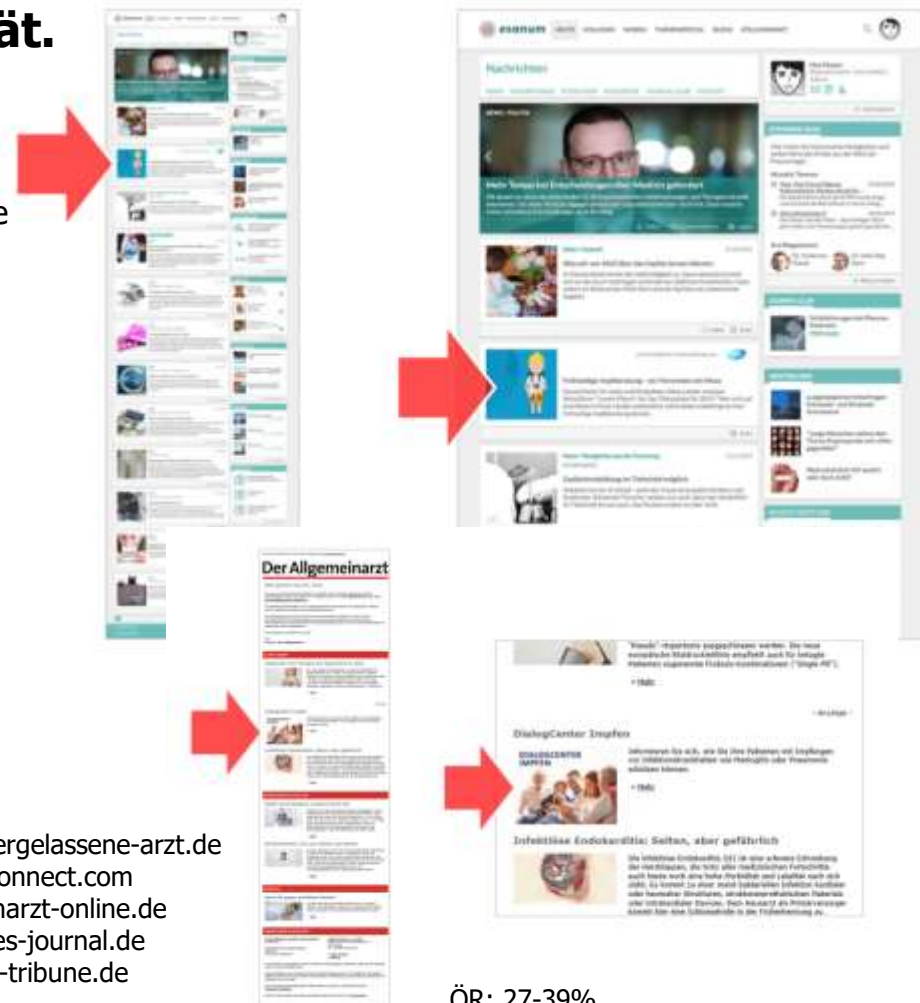
Das Dialogcenter-Newsletterportfolio:

>**28.000** NL-ABOs, ZG APIs, 5 Verlage

- 1.877| der-niedergelassene-arzt.de
- 4.550| thieme-connect.com
- 1.850| allgemeinarzt-online.de
- 1.500| aerztliches-journal.de
- 18.947| medical-tribune.de

>**41.000** NL-ABOs, ZG APIs, esanum

- 23.429| Advertorial esanum NL
- 25.809| Stiftung Gesundheit Mailing



ÖR: 27-39%
 CR: 29-44%
 Modul DC-Advertorial: CR: Ø 1,6 – 8%

Baustein Bewerberpaket: optional buchbar

Content Ad: direkt im redaktionellen Umfeld ...

... und unmittelbar im Lesefluss integriert.

Content Ads //Text-Bildanzeigen sind direkt im redaktionellen Umfeld einer Website und somit im unmittelbarem Lesefluss platziert.

Durch die Integration innerhalb des Content-Bereichs wird eine starke Aufmerksamkeit für die Werbebotschaft erreicht.

Aufgrund der Großflächigkeit eignet es sich insbesondere für Awareness-Kampagnen.

Content-ADs werden primär zum schnellen Reichweitenaufbau genutzt. Die Traffic-Maßnahmen zahlen auf ihr Dialogcenter ein. Die okomed-Partner distribuieren zur Bewerbung ihres Dialogcenters bis zu **500.000 AIs** monatlich im offenen und geschlossenen Bereich; Ø Klickrate: ca. 0,16-0,3%.



Crossmedia - mehr als nur ein Modewort.

Crossmedia über 2 Kanäle Print + Online: maßgeschneidert und passecht.

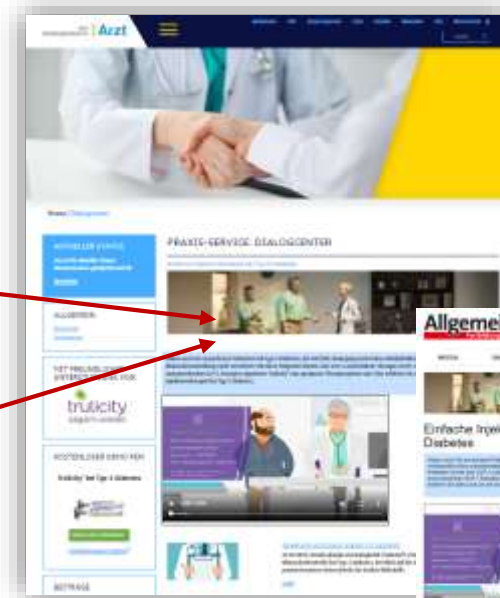
Nicht nur die zeitgleiche Präsenz in unterschiedlichen Mediengattungen, sondern die Anregung eines Lernprozesses beim Nutzer steht im Vordergrund. Ermöglicht wird das durch Kontaktintensivierung einerseits und konsequenten Reichweitenaufbau in spitzen Zielgruppen andererseits. Ein Paradebeispiel ist Besetzung eines zeitlich begrenzt aufbereiteten Themas im Internet, das durch Hinweise in klassischen Medien angekündigt wird.



Der Allgemeinarzt
Print-Advertorial, 1/1s



Der niedergelassene Arzt
Print-Advertorial, 1/1s



www.der-niedergelassene-arzt.de
www.allgemeinarzt-online.de

Integration Kunden-Microsite/Artikel



MEDIZIN AKTUELL

DIALOGCENTER • Diabetes www.dialogcenter.de

GUT statt BOT bei oral austerapiertem Typ-2-Diabetes

Injektionstherapie: Dulaglutid kann Einstieg erleichtern

Nach wie vor erhält in Deutschland die Mehrzahl der Patienten mit Typ-2-Diabetes als erste Injektionstherapie ein Basalinsulin in Kombination mit oralen Antidiabetika (BOT). Das ANA/EASD-Konsensuspapier empfiehlt hingegen GLP-1-Rezeptorantagonisten (GLP-1-RA) als erste Injektion zu präferieren und auch die Praxisempfehlungen der DDEG empfehlen den frühen Einsatz.¹ Die GLP-1-unterstützte Therapie (T) (Trulicity®) kann einen einfachen Einstieg in die Injektionsbehandlung bieten. Dulaglutid muss nur 1x wöchentlich mit einem gebrauchsfertigen Pen² injiziert werden, wobei keine Blutzuckerkontrollen³ erforderlich sind.⁴ Die einfache Anwendung⁵ ermöglicht auch Hausärzten, ihre Patienten mit geringem Aufwand auf die GUT mit Dulaglutid zu schulen. Ein weiterer Vorteil der GLP-1-RA ist, dass durch ihren Einsatz insulinassoziierte Risiken wie Hypoglykämien und Gewichtszunahme vermieden werden können!⁶

Früher oder später tritt es die meisten Menschen mit Typ-2-Diabetes. Trotz oraler Antidiabetika und Lebensstiländerungen kann der Blutzucker nicht mehr kontrolliert werden und eine Intensivierung auf eine Injektionstherapie wird nötig. Die am häufigsten eingesetzte Therapie hierfür ist in Deutschland immer noch die zusätzliche Gabe eines Basalinsulins zur oralen Therapie (BOT). Nach den aktuellen Empfehlungen des ADA/EASD-Konsensuspapiers und der DDEG stellen GLP-1-RA eine wichtige Alternative zu Insulin dar. Denn die GLP-1-RA können nicht nur dem Bedarf vieler Patienten nach einer möglichst einfachen Therapie entgegen, die ihr Leben kann berücksichtigen⁷, sondern sie minimieren auch das Risiko für Hypoglykämien und Gewichtszunahme.⁸

Welche Vorteile der Einstieg in die Injektionstherapie mit GLP-1-RA für Patienten und Ärzte bringen kann, möchten wir Ihnen am Beispiel von Dulaglutid in unserem DialogCenter vorstellen. Hier finden Sie neben einem Artikel zur Wirkweise von GLP-1-RA auch Beiträge zu den wesentlichen Studienergebnissen aus dem internationalen ANA/EASD-Studiengang, das u.a. die Überlegenheit von Dulaglutid 1,5 mg im Hinblick auf die HbA_{1c}-Reduktion vs. Insulin glargin zeigt.⁹ Weitere Materialien umfassen die DDEG-Praxisempfehlungen zum Einsatz von GLP-1-RA sowie Videos zur Therapieintensivierung und zur Trulicity®-Schulung.

Die Anwendung von Trulicity® erfolgt unter Injektionshilfen wie durch den Patienten. Allerdings kann eine Injektionshilfe für die Patienten einwandig sein, um die Größe des Schließers zu vergrößern oder das Insulin anzuheben.¹⁰

Duval M et al. Diabetes Care 2016; 39: 2049-2050

Langford R et al. Diabetes Care 2016; 39: 188-189

Trulicity®-Pen Gebrauchsanleitung, Stand April 2016

Praxisempfehlung Trulicity®, Stand Februar 2016

Müller H et al. Diabetes Care 2015; 38: 1071-1072

Ueno T et al. Diabetes Care 2015; 38: 2141-2142

Giorgino F et al. Diabetes Care 2015; 38: 2141-2142

Mit freundlicher Unterstützung der Ulf-Universität Göttingen

PROLOG-LEADER

54 | www.dialogcenter.de/aktuell | 2017

Beispiel

Das Print-Advertorial

(CI konform pro Magazin der 5 okomed-Verlage)

Ø Druckauflage 2019: 235.478 je Schaltwelle

Thieme/DMW:	11.625/je Ausgabe
Allgemeinarzt:	54.000/je Ausgabe
Ärztliches Journal:	55.000/je Ausgabe
Der niedergelassene Arzt:	58.353/je Ausgabe
Medical Tribune:	56.500/je Ausgabe

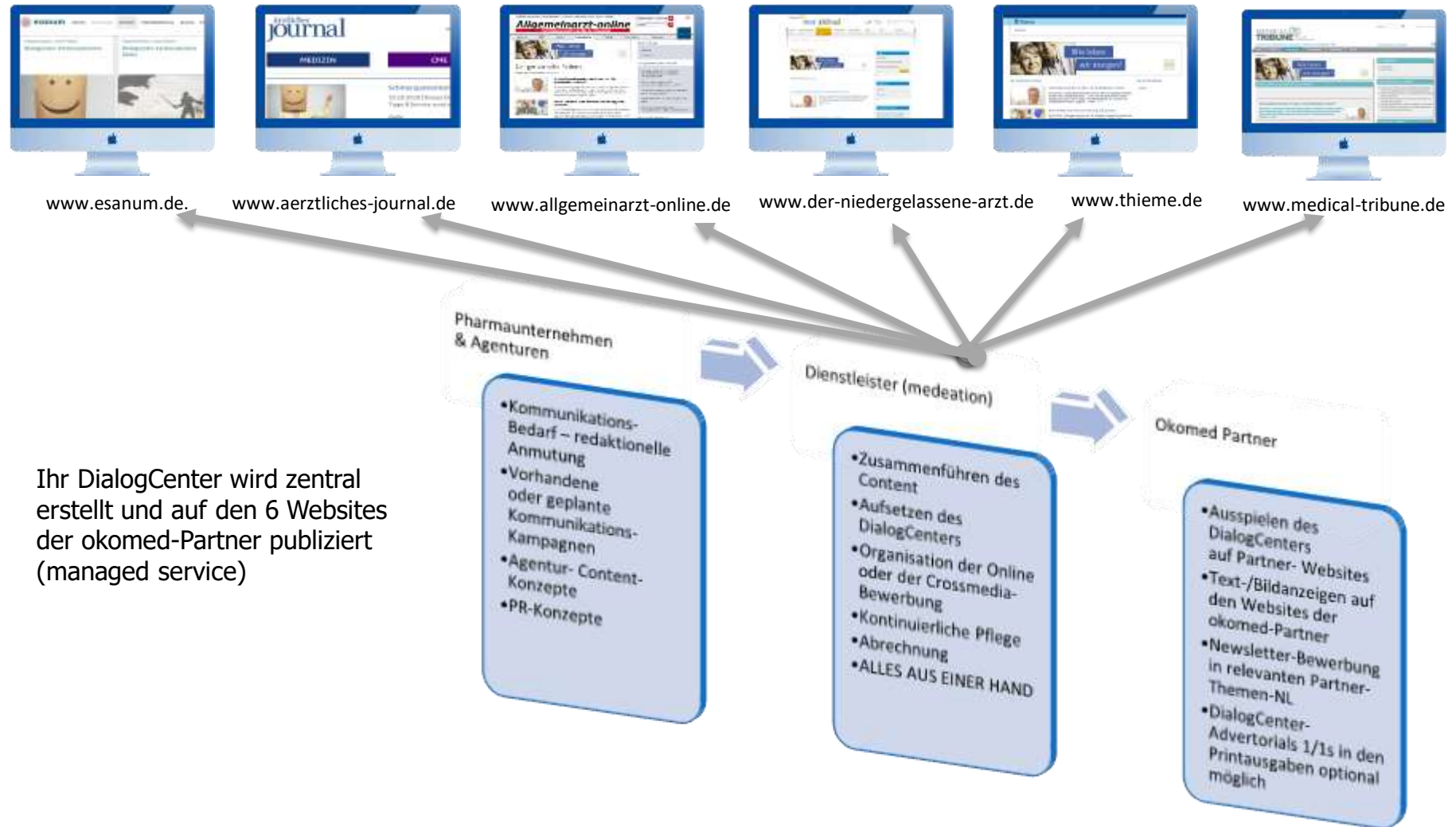
1/1 s (bis zu 3.800 Zeichen)

Gestaltung:

- Einleitungstext kurz & lang
- Grafiken, Foto, die das Thema aufgreifen
- Expertenrat/-Meinungen
- Kurze, klare URL => Weiterleitung Online
- Call-to-action Elemente:
- Farbige Hervorhebungen weiterer wichtiger Inhalte online....

Print-Advertorials werden pro Schaltwelle über 5 Verlags-Partner monatlich geschaltet und können nur in Verbindung mit einem Online-Dialogcenter gebucht werden.

Managed Service



Ihr DialogCenter wird zentral erstellt und auf den 6 Websites der okomed-Partner publiziert (managed service)

Preise 2019

Werbeform	Format	Laufzeit	Festpreis
ONLINE DIALOGCENTER (esatum.de; medical-tribune.de; allgemeinarzt-online.de; aerztliches-journal.de; thieme.de; der-niedergelassene-arzt.de)	Microsite (Start bis zu 12 Artikel, je Folgemonat bis zu 4 weitere Artikel)	1 Monat	6.600 €
<i>OPTIONAL</i>			
Online Bewerberpaket 5 Verlage	Text-Bild-Anzeige, Newsletter	1 Monat	5.000 €
Online Bewerberpaket 5 esatum	Text-Bild-Anzeige, Newsletter	1 Monat	2.650 €
1 PRINT-SCHALTWELLE IN 5 VERLAGSTITEL (ärztliches journal, der niedergelassene Arzt, Der Allgemeinarzt, Medical Tribune, Thieme/DMW)	1/1s Print-Advertorial (bis zu 3.800 Zeichen, Grafik, Key Visual integrierbar)	1 Monat	17.500 €
Externe Redaktion zur Erstellung Content	Preis auf Anfrage		
Datenschutzkonforme Umfrage	Preis auf Anfrage		
SetUp einmalig			6.000 €

Buchung ab 1 Monat Laufzeit möglich

**Volumenrabatt für
Online-Leistung**
Ab 80.000 EUR: 5%
Ab 120.000 EUR: 10%

**Mengenrabatt für
Print-Leistung**
Ab 3 Printwellen: 5%
Ab 6 Printwellen: 10%
Ab 12 Printwellen: 15%

Preisvorteil
bis zu
20%
gegenüber
Einzel-
buchungen

Ihr individuelles Angebot und aktuelle Abrufzahlen erhalten Sie unter

T.: 089 46132733 oder E-Mail: bille@medeation.com

Wie erreichen Sie uns?

IHR OKOMED KONTAKT:

CHRISTA BILLE
Marketing & Sales

E. bille@medeation.com
M. 0176 56722339
T. 089 46132733

IHR OKOMED KONTAKT:

Dr. Christian Ertel
Projekt Management

E. ertel@medeation.de
M. 0171 2955662
T. 089 46132732



Hardy Lorenz
Anzeigenleiter
Verlag Kirchheim + Co. GmbH
E. lorenz@kirchheim-verlag.de

Stephan Maasen
Verkaufsleiter
Otto Hoffmanns Verlag
E. maasen@ohv-online.de

Philipp Finzel
Teamleiter E-Solutions
Georg Thieme Verlag KG
E. philipp.finzel@thieme.de

Petra Hölz
Mediaberatung
WPV Wirtschafts- und
Praxisverlag GmbH
E. hoelz@wpv-verlag.de

Stephan Kröck
Geschäftsleitung
Medical Tribune
Verlagsgesellschaft mbH
E. stephan.kroeck@medical-tribune.de

Dorothea Hiltl
Head of Key Account Management
esanum GmbH
E. dorothea.hiltl@esanum.de