

MEDIADATEN PIPETTE



GÜLTIG AB 1.09.2022

Wir gratulieren der SULM zur neuen «pipette».

So geht Magazin heute: Wir beraten umfassend, designen kundenorientiert, realisieren effizient und vermarkten erfolgreich.

Danke für die tolle Zusammenarbeit!

 staempfli.com/magazine

 Stämpfli
Kommunikation

Editorial

Sie halten o
der neu ges
in Ihren Hä
nen Sie Lab
Schweiz ha



Beitrag Prof. Dr. Dr. Michael
Naglic, Chefredaktor pipette
Im Zuge eines insgesamt insu
stischen Gesamtantrags erwar
mehr Wissenschaft, die Wachs
sofort zu realisieren, das Magaz
Dem redaktionellen Grund
Magazin ist und bleibt ein W
stischen Standards basierendes,
hohe Glaubwürdigkeit auszu
weisen bliebe.

In der ersten Ausgabe im neuen Kleid geht es um Interaktionen.
Jede Interaktion entscheidet sich dafür, wie sie beim Gegenüber an
kommt. Das gilt auch für die Labormedizin. In dieser Interaktions
partner in der Regel der behandelnde Arzt resp. die behandelnde
Ärztin. Übertragende Ausgabe der pipette geht es mal wieder um
Wissen der Frage nach, wie die Labormedizin am Krankenbett ankommt.
Im Interview interviewt uns zudem, wie die Labormedizin während
der COVID-19-Pandemie bei spontanen Experten angekommen ist.
Und das Redaktionsteam interviewt, wie die neu gestaltete pipette
bei Ihnen ankommt. Bei derjenigen, die die Schweizer Labormagazin
leben und format. Im Labor oder in der Praxis. ●

4/2022

pipette

magazine.laboratory.medicine.

Interaktionen
Interactions

so nuovo ai pazienti. Come l'intervista,
nono nono intervista. Segue infatti il
le nostre sono le medicine de la
boronite e sia accolta per la se-
parsi e poi per la pandemia
COVID-19. In pipette de redaction
s'intervista il focus qui nono de-
ve la pipette nuovamente conca.
Che caso qui vivet et formati le
medicina de laboratorio nella de la
boronite ou au cabinet medical. ●

PIPETTE Zeitschrift

Gesamtauflage: 7814 Ex.

Wirkung
Die einzige Schweizer Fachzeitschrift, die alle in der Labormedizin Tätigen erreicht, auch Hausärzte.

Empfänger
Entscheidungsträger aus dem Bereich der Labormedizin. Mitglieder der SULM bzw. der ihr angeschlossenen Fachgesellschaften. Grundversorger und Bundesämter.

Wer liest die «pipette»?
Gemäss Lesenumfrage «Medizinische Fachpresse Schweiz (2550 Ärzte/Stand Sept. 2017)» sind die drei wichtigsten Informationsquellen: Fachzeitschriften, Berufskollegen, Internet und Kongresse. Von 64 unterschiedlichen Fachzeitschriften lag die «pipette» auf Rang 10 (weitester Leserkreis, Allgemeinmedizin/Hausärzte). Bei den Onkologen steht sie in der Akzeptanz mit 23% sogar vor Primary and Hospital Care (18%).

100% Labormedizin
Die «pipette» erreicht 100% der in der Schweizerischen Labormedizin engagierten Personen, seien es im Praxislabor Tätige (MPA und Hausärzte), BMA (Biomedizinische Analytikerinnen und Analytiker), Mitarbeitende von Auftrags- und Spitallabors ebenso wie Laborleitende FAMH.

Inhalt 2

Dozier
Laboratory testing in internal medicine

Themen
Laboring ist eine leistungsfähige Labormedizin erwünscht?
S. 4

Nachrichten
Auslandsvergleich des Preisüberwachers
S. 12

Interview
Laurent Kaiser, full professor and chairman of the Department of Medicine, HUG
S. 14

Interview
POCT in der Notfallpraxis – schnell und einfach
S. 20


Interview
Hören und lesen
S. 22

Interview
Vorschau und Feedback
S. 24

Laboratory testing has an indispensable role in modern medicine. Appropriateness of its use might have an impact on resource utilization, further diagnostics, and treatment decisions.
S. 6

Inhalt 3

Interview
How did we do in managing the pandemic?



Didier Trono, full professor at the École Polytechnique Fédérale de Lausanne (EPFL). How did we do in managing the pandemic?
S. 18



“Clinical medicine and laboratory science, can we understand each other?”

Laurent Kaiser, full professor and chairman of the Department of Medicine, Geneva University Hospitals, member of the former Swiss National COVID-19 Science Task Force

Interview 15

Alle Ausgaben auf d/pipette/chiv

Interview **Michael Nagler, editor-in-chief pipette**

The pandemic was an acid test for teamwork between scientific disciplines and government agencies. So, we asked an expert on the front lines about his experiences.

MI: Professor Kaiser, you are the chairman of the Department of Medicine, heading the center for emerging viral diseases, and you were the director of the laboratory of virology. Do you see both here, that of clinical medicine and that of laboratory practice? Can these two disciplines understand each other?

LC: There really shouldn't be any question about that. For the very reason, it is termed "Laboratory Medicine". The laboratory must answer the questions that arise in the clinical setting and the clinic must make the correct interpretations from the available tests. For this reason, we have introduced a merit structure in the Swiss National COVID-19 Science Task Force.

MI: Different aspects seen in the media are perceived contradictory messages, particularly regarding testing. One gets the impression that this was not coordinated.

LC: This depends on your viewpoint: whether you are running a private lab, a public lab for a reference center like us, whether you are clinicians or public health specialists or a scientific part of a task force, whether you address or you implement, whether you pay for you lab. Thus, recommendations depend on the viewpoints and purposes and sometimes the interest of specific groups. The selection of aspects during the type of address may vary as well as their ability to have a real impact. But of course, it is in the case that coordination between all these interests and specialties disciplines is difficult, even within the Society for Microbiology: the interests sometimes are divergent as well as the level of involvement in the crisis.

MI: As it was in the Swiss National COVID-19 Science Task Force. Was it possible to bring your concerns to the task force?

LC: Sometimes you also sometimes no. The task force was made of a very large group of people and covered many other fields, not only diagnostics. This has been complicated since there is a gap between scientific thinking, concepts, ideal words, and implementation in real life.

MI: Has this been the reason not all testing strategies were planned effectively? The performance of tests and the decision on the use of tests on all parts of the process, from indication for testing to a wide range of pre-analytical issues to rapid reporting.

LC: First, compared to other European countries Switzerland was not before access to testing and some labs performed very well; we also for the first time had close collaboration and created a network of labs. Of course, the communication here could have been better and decisions more transparent; aspects from the routine laboratory have not been sufficiently involved sometimes. In addition, in all corners something else was done. There was a lack of funding to conduct rapid and on-time clinical tests in the testing strategies as well. The authorities may say that this is research and the SNF said this is public health. And conduct that during a crisis demands a large number of resources and support. We were lucky to collaborate with some NGOs like FHO and have support from the FOPH.

MI: I would like to return briefly to your previous activity as the Director of the Biology Laboratory during the pandemic. We it is easy to get more resources to upgrade testing facilities?

LC: We promptly increased probably to one million three hundred and we had a full support from the hospitals. This is a reference center of course but it also has a cost: we had to be ready before any tests and take risks. A close collaboration and communication with companies involved in diagnostic diagnosis was also important. There were companies that were actively engaged to help to collaborate and behaved correctly in terms of pricing. But there were also companies that were not so clear in the demand for many prices and turned on the wheel. Reinforcement has come back in through the revenues and this was a complicated issue. The usual conventional price of 800 Franc per RT-PCR was of course way above what was acceptable given the number of tests and the situation. In addition, in most cases tests were not done for medical reasons but for public health reasons. This is why I feel one of the reasons to support the idea of a reduction in the price for the specific test. This probably did not make the emergency issue with other colleagues.

Interview
Une médecine de laboratoire performante est-elle souhaitable?
P. 5

Dozier
Laboratory testing in internal medicine
P. 6

Actualités
Comparaison internationale du Surveillant des prix
P. 13

Interview
Laurent Kaiser, full professor and chairman of the Department of Medicine
P. 14

Hôpital général d'Aarau
Nouveau laboratoire. Des trajets courts.
P. 16

Interview
How did we do in managing the pandemic?
P. 18

Informations de fond
POCT au cabinet d'urgence – rapide et simple
P. 21

Inspiration
Ecouter et lire
P. 23

Épilogue
Aperçu et commentaires
P. 24

Interview
Alle Ausgaben der «pipette»
http://www.epipette@bluewin.ch

Interview
Alle Ausgaben der «pipette»
http://www.epipette@bluewin.ch

Weitere Informationen auf unserer Website www.sulm.ch

Die Spezialisierung der Fachgebiete reicht u.a. über die Allergologie, Endokrinologie, Genetik, Hämatologie, Immunologie, klinische Chemie und Mikrobiologie bis zur Molekularbiologie.

Wachstumsmarkt

Die Stellung der Labormedizin im Gesundheitswesen gewinnt zunehmend an Bedeutung. Fortschritte in personalisierter Medizin und Medikation sind ohne Labormedizin kaum denkbar. Gezielte Prävention fordert präzise Daten. Die Begleitung individueller Therapien stützt sich auf laboranalytische Resultate.

Publikationsorgan der SULM

Die Schweizerische Union für Labormedizin (SULM) gewährleistet mit der «pipette» den Informationsaustausch für Belange der Labormedizin gegenüber der Öffentlichkeit und Fachwelt und leistet somit einen aktiven Beitrag zu einer transparenten gesundheitspolitischen Diskussion. Die Sensibilität gegenüber der Wichtigkeit einer effizienten und effektiv eingesetzten Labormedizin mit all ihren Fachbereichen wird gefördert.

Print und Web, Hand in Hand

Das «pipette»-PDF-Archiv erfreut sich grosser Beliebtheit. Sie sind viel unterwegs und bevorzugen die E-Paper Version? Kein Problem, die «pipette» liest sich im Browser (E-Paper oder PDF), auf dem Tablet oder auf dem Smartphone.

WLK Weit K1 Reichweite – Alle Ärzte Allgemeine Innere Medizin

Total 2017 = 862, Filter: falls Fachzeitschrift in den letzten sechs Monaten mindestens einmal in der Hand gehabt, um darin zu blättern oder zu lesen (Frage WLK), Fachzeitschriften sortiert nach der Häufigkeit der Antworten

WLK Weitester Leserkreis – Alle Ärzte Onkologie

Total 2017 = 39, Mehrfach antworten möglich, Fachzeitschriften sortiert nach der Häufigkeit der Antworten

K1 Reichweite – Alle Ärzte Onkologie

Total 2017 = 39, Filter: falls Fachzeitschrift in den letzten sechs Monaten mindestens einmal in der Hand gehabt, um darin zu blättern oder zu lesen (Frage WLK), Fachzeitschriften sortiert nach der Häufigkeit der Antworten

Herausgeberin



Die SULM – ein grosses Dach für die Welt im Kleinen

Die Schweizerische Union für Labormedizin (SULM) setzt sich für eine effiziente, effektive und Patienten bezogene Labormedizin ein. Sie vertritt als Dachverband Fachgesellschaften und Organisationen aus dem Gesundheitswesen, aus der diagnostischen Industrie sowie Organisationen aus Regierung und Verwaltung. Die SULM wurde 1990 gegründet. Die Gründung erfolgte nach den Grundsätzen der European Commission for Clinical Laboratory Standards (ECCLS), die auf einer paritätischen Vertretung der Wissenschaft (Fachorganisationen), der Industrie (Diagnostica-Industrie) und der Gesundheitsbehörden beruht.

Vielfalt der Labormedizin

Labormedizinische Leistungen werden in Arztpraxen, Apotheken, Spitälern und Privatlabors erbracht. Die Labormedizin gliedert sich in acht Bereiche, über 20 Fachgesellschaften und rund 10 000 Vollzeitstellen.

Einheit im Engagement

Das breite Spektrum der Labormedizin ist vereint in der SULM. Sie engagiert sich unter anderem in der Qualitätssicherung, im Tarifwesen, in der Weiterbildung oder der Öffentlichkeitsarbeit.

MEDIADATEN

Technisches

Auflage

7814 Exemplare notariell beglaubigt
Erscheinungsweise: 5-mal im Jahr

Sprachen

Deutsch/Französisch

Technische Angaben

Format: A4, 210 × 297 mm
Satzspiegel: 168 × 266 mm
Umfang: 24 Seiten
Papier: gestrichen

Druckunterlagen

Digitale Daten auf CD oder per E-Mail an mediavermarktung@staempfli.com mit verbindlichem Ausdruck per Post. Die Datenherstellung ab Vorlagen, Fotos usw. verrechnen wir zu unseren Selbstkosten.

Druckmaterial

PDF/X-4 gemäss ISO 15930-7
300 dpi, CMYK, Fonts eingebettet,
3 mm Beschnitt
Leitfaden unter pdfx-ready.ch

Druck

Stämpfli Kommunikation, Bern

Allgemeine Geschäftsbedingungen

Siehe unter staempfli.com/de/vermarktung/mediaplanung/mediadaten

Umtriebsentschädigung

Werden gebuchte Anzeigen nach Anzeigeschluss storniert oder geändert, verrechnen wir eine administrative Aufwandspauschale.

Abonnemente (inkl. 2,5% MwSt.)

Jahresabonnement: CHF 80.–
Einzelheft: CHF 20.–

Rabatte/Kommission/Zuschläge

Wiederholungsrabatt
10% für fünf Inserate in Serie.

Marktplatzbeitrag

Gratis für regelmässige Inserenten im Wert von bis zu CHF 6900.–

Non-Profit-Rabatt

30% für Weiterbildungen, Seminare oder Veranstaltungen, die keinen kommerziellen Zweck verfolgen. Im Inserat platzierte Werbung für Dritte ist ausgeschlossen.

Kein Rabatt

Nicht rabattberechtigt sind Beilagen, Beihefter sowie Spezialaktionen.

Alle Preise in CHF, exkl. 7,7% MwSt.

Herausgeber
Schweizerische Union für Labormedizin (SULM)

Präsident der SULM
Dr. Philipp Walter
Leiter Labormedizin soH
Soothurner Spitäler AG
Kantonsspital Olten
Baslerstrasse 150
4600 Olten
Tel. +41 62 311 48 19
philipp.walter@spital.so.ch

pipette – Swiss Laboratory Medicine
Offizielles Publikationsorgan
der SULM/USML
ISSN 1661-0903
www.sulm.ch/pipette

Verlag
Stämpfli Kommunikation
Fachmedien
Wölflistrasse 1
3001 Bern
Tel. +41 31 300 63 70
Tel. +41 31 300 63 41
mediavermarktung@staempfli.com

Chefredaktor
Prof. Dr. Dr. Michael Nagler

Redaktion
Dr. Roman Fried
Dr. Corinne Widmer
Prof. Dr. Gilbert Greub
Prof. Dr. Alexander Leichtle
Marianne Schenk
Dr. Véronique Viette
Dr. Elisabeth Probst-Müller
Peter Neyer

Abo-service
Stämpfli Kommunikation
Abo-service
Postfach
3001 Bern
Tel. +41 31 300 64 64
abonnemente@staempfli.com

Formate und Preise

Inserate

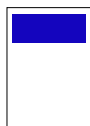
<u>1/1 Seite</u>	
<u>randabfallend**</u>	
210 x 297 mm	
4-farbig	5130.-
schwarz-weiss	3145.-



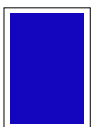
<u>1/4 Seite quer</u>	
<u>randabfallend**</u>	
210 x 74 mm	
4-farbig	3120.-
schwarz-weiss	1135.-



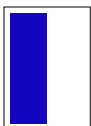
<u>1/4 Seite quer</u>	
170 x 65 mm	
4-farbig	3120.-
schwarz-weiss	1135.-



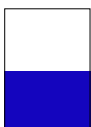
<u>1/1 Seite Satzspiegel</u>	
170 x 262 mm	
4-farbig	5130.-
schwarz-weiss	3145.-



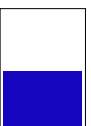
<u>1/2 Seite hoch</u>	
85 x 262 mm	
4-farbig	3870.-
schwarz-weiss	1885.-



<u>1/2 Seite quer</u>	
<u>randabfallend**</u>	
210 x 148 mm	
4-farbig	3870.-
schwarz-weiss	1885.-



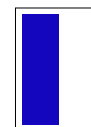
<u>1/2 Seite quer</u>	
170 x 131 mm	
4-farbig	3870.-
schwarz-weiss	1885.-



** + 3 mm Beschnitt

Stellen-Inserate

<u>Stelleninserat 1/2 Seite*</u>	
85 x 262 mm	
4-farbig	1760.-
schwarz-weiss	1760.-



<u>Stelleninserat 1/4 Seite*</u>	
84 x 133 mm	
4-farbig	930.-
schwarz-weiss	930.-



* Stelleninserate werden im redaktionellen Umfeld platziert!

Erscheinungsweise und Termine

Heft-Nr.	Inserateschluss	Erscheinungsdaten	Themen
1/2	03.02.2023	01.03.2023	Wofür arbeiten wir?
3	10.05.2023	07.06.2023	Labororganisation
4	13.07.2023	09.08.2023	Di-gi-ta-li-sie-rung
5	01.09.2023	27.09.2023	Was macht Qualität aus?
6	03.11.2023	29.11.2023	Künstliche Intelligenz

Spezielles

Spezialplatzierungen Inserate

Umschlagseiten (farbig)	
Bei Inhaltsverzeichnis	5970.–
2. Umschlagseite	5970.–
3. Umschlagseite	5700.–
4. Umschlagseite	6180.–

Publireportagen

Die Gestaltung muss sich klar vom Heftlayout unterscheiden.

Grösse	4-farbig
1/1 Seite	6630.–
1/2 Seite	5370.–
1/3 Seite	4950.–
1/4 Seite	4620.–

+ 20% für Spezialplatzierung

Ein Marktplatz für den Handel

Die Rubrik «MARKETPLACE» steht unseren regelmässigen Inserenten zur Verfügung. Bedingung ist allerdings, dass mindesten vier bzw. fünf Inserate in Serie gebucht werden. Der Kunde ist vollumfänglich für den Text und das Bildmaterial besorgt.

Der «MARKETPLACE» kann einmal (vier Inserate), oder zweimal jährlich (fünf Inserate) zur Ankündigung neuer Produkte, der Präsentation besonderer Dienstleistungen oder weiteren Informationen beansprucht werden.

Die Redaktion behält sich Textkürzungen auf den vorgegebenen Umfang vor, ein «Gut zum Druck» kann aus produktionstechnischen Gründen leider nicht zugestellt werden.

Der Redaktionsschluss entspricht dem Inserateschluss, bei zu vielen Einsendungen wird nach «first come, first served» verfahren.

Vorgaben

Bild

Das Bild kann bis max. 50 mm breit und 80 mm hoch sein. Das Bild sollte im 1:1-Format eine Auflösung von rund 300 dpi haben. Eine Bildlegende berichtet, kurz und bündig, über das Wichtigste.

Vorgaben Text

Der Titel

maximal 60 Zeichen.

Der Lead

führt mit ca. 200 Zeichen in den Artikel ein und soll die Aufmerksamkeit wecken bzw. zum weiterlesen animieren.

Der Lauftext

Darin wird ausführlicher auf das Thema eingegangen. Dazu stehen rund 1000 Zeichen zur Verfügung, inkl. den Leerzeichen. Ein Zwischentitel hilft, sich zu orientieren und strukturiert den Textfluss.

Zu guter Letzt die Koordinaten, die E-Mail- oder die www-Adresse.

Link mit Beschreibung (max 120 Zeichen)

Kosten

Der Marktplatz ist eine Serviceleistung für unsere regelmässigen Inserenten und somit gratis.

Wollen Sie Ihrer Botschaft Nachdruck verleihen, haben Sie Informationen, die auch unabhängig von der «pipette» wahrgenommen werden sollen?

Es gibt unzählige Möglichkeiten, den Rahmen des klassischen Inserates zu sprengen, zum Beispiel:

- Banderole – exklusive Werbemöglichkeit
- Beilagen – gezielte, effektvolle Werbung

Alle Beilagen lassen sich den entsprechenden Spezialgebieten zuordnen. Es können zielgruppenspezifische Teilaufgaben gebucht werden. Lassen Sie sich beraten

Banderole rund um das Magazin

Werbewert	4500.–
Technische Kosten: auf Anfrage	

Umhefter

Die Gestaltung muss sich klar vom Heftlayout unterscheiden.

Grösse		Preis
Vorderseite 105×230 mm	Werbewert	4500.–
Rückseite 105×277 mm (inkl. je 3 mm Beschnitt)	Werbewert	4000.–
Kombi Vorder- und Rückseite	Werbewert	7650.–
	Technische Kosten*	1750.–

* Technische Kosten für 8200 Exemplare. Aufpreis bei grösserer Auflage auf Anfrage

Beilagen/Beihefter

Werbewert		2045.–
Technische Kosten	Beilage, bis 50 g Einheften (Beihefter) auf Anfrage	855.–
Porto	Beilage bis 50 g	1650.–
Total	Technische Kosten*	4550.–

Anlieferungstermin

Für Beihefter/Beilagen: spätestens 12 Tage vor Erscheinungsdatum

Anlieferungsaufgabe

8200 Exemplare

Kontaktieren Sie uns

Fachmedien sind unsere Spezialität. Wir vermarkten deren elektronischen und gedruckten Werberaum und die dazugehörigen Portale und Kanäle. Dabei stehen wir in regem Kontakt mit den Verlegern, den Redaktionen und Ihnen, den Werbekunden. Unser Ziel ist Ihr Erfolg. Gerne stehen wir Ihnen während des ganzen Prozesses, von der Konzeption bis zur Umsetzung, beratend zur Seite. Wir kennen die Anforderungen und Spezialitäten der einzelnen Publikationen, Portale und Werbeformate. So stellen wir sicher, dass Ihre Botschaft mit der besten Gestaltung am richtigen Ort im gewünschten Format zum richtigen Zeitpunkt im richtigen Werbeträger erscheint.

Möchten Sie eine Gesamtberatung, eine Kostenberechnung, oder haben Sie sonstige Fragen zum Angebot? Zögern Sie nicht, uns zu kontaktieren. Wir freuen uns auf Ihre Kontaktaufnahme.

Ihre Ansprechpartnerinnen bei der Stämpfli Kommunikation



Arijeta Malaj
Verantwortliche Mediaberatung
und -vermarktung
Tel. +41 31 300 64 89
mediavermarktung@staempfli.com



Michèle Bachmann
Verantwortliche Mediaberatung
und -vermarktung
Tel. +41 31 300 63 70
mediavermarktung@staempfli.com



Stämpfli Kommunikation
Wölflistrasse 1
Postfach
3001 Bern

+41 31 300 66 66
Husacherstrasse 3
8304 Wallisellen
+41 44 309 90 90

info@staempfli.com
www.staempfli.com