

Fact Sheet | Onsite-Advertorial

Kontextuelles Content-Marketing

Das Prinzip

Mit dem Onsite-Advertorial bieten wir unseren Kunden kontextuelles Content-Marketing auf SpringerMedizin.de. Der kundenseitig angelieferte Inhalt (Text oder Video) wird transparent als Anzeige gekennzeichnet und auf springermedizin.de im Look and Feel der Plattform integriert. Unter passenden redaktionellen Artikeln wird ein Teaser kontextuell ausgespielt, der auf das Onsite-Advertorial verweist. Damit erreichen Sie eine hohe Sichtbarkeit am point of interest!



Optional mit Header mit Kundenlogo, Verweis auf Content Partner

Die essentielle Thrombozythämie behandeln, aber wie?

Dies ist ein Angebot unseres Content Partners*, der für diesen Inhalt verantwortlich ist.

11.10.2018 | Onlineartikel

ANZEIGE

Zwei Substanzen im direkten Vergleich

Anagrelid und Hydroxyurea bei der essentiellen Thrombozythämie

Bei diesem Artikel handelt es sich um eine Demonstration. Die Vollversion des Originalartikels ist in Info Onkologie 3/14 erschienen und steht in keinem werblichen Zusammenhang.

Hintergrund und Fragestellung: Die essentielle Thrombozythämie (ET) gehört zu den myeloproliferativen Erkrankungen (MPe). Liegen bestimmte Risikosituationen vor, muss bei Patienten mit ET die Thrombozytenzahl reduziert werden, um vasculäre Komplikationen zu vermeiden. Zur zytoreduktiven Therapie sind zwei Medikamente mit unterschiedlichem Wirkmechanismus zugelassen: Hydroxyurea und Anagrelid. Während Hydroxyurea eine klassische zytoreduktive Substanz ist, wirkt Anagrelid selektiv auf die Plättchen, indem es die Proliferation der Megakaryozyten hemmt. In einer früheren britischen Studie [1] schien Hydroxyurea Vorteile gegenüber Anagrelid aufzuweisen.

Patienten und Methoden: Heinz Gisslinger und Kollegen wollten mit dieser zweiten vergleichenden Studie, ANAHYDRET (ANagrelid in comparison with HYDROxyurea in Essential Thrombocythemia), die Nichtunterlegenheit von Anagrelid gegenüber dem älteren Medikament und früheren Standard Hydroxyurea belegen. Im Fokus standen dabei die Plättchenreduktion, die Hämoglobin- und Leukozytenreduktion sowie die Vermütung von ET-bedingten Komplikationen nach sechs, zwölf und 36 Monaten.

Nach 36 Monaten und daraufhin so lang wie möglich, wurden ET-abhängige Ereignisse, Sicherheitsdaten und Nebenwirkungen dokumentiert. Die Studienpatienten mussten älter als 18 Jahre sein und wurden nach der WHO-Klassifizierung erfasst. Nur bislang unbehandelte Patienten mit einem Risiko für thrombotische oder hämorrhagische Ereignisse qualifizierten sich für die Studienteilnahme. Als Risikofaktoren galten: Alter ≥ 60 Jahre, Plättchen $\geq 1.000 \times 109/L$, Anstieg der Plättchen um $\geq 300 \times 109/L$ innerhalb von drei Monaten, Bluthochdruck, Diabetes und/oder eine Vorgeschichte thrombohäorrhagischer Ereignisse. Eine parallele Therapie mit Acetylsalicylsäure (ASS) war nicht erlaubt.

Die histologische Diagnose wurde sowohl vom lokalen Pathologen als auch von zwei Pathologen (verblindet) eines Referenzzentrums gestellt. Die JAK2-V617F-Mutation wurde ebenso erfasst. Verglichen wurden: Schwere und milde arterielle und venöse thrombotische Ereignisse sowie schwere und milde hämorrhagische Ereignisse.

Integration eines Artikels oder Videos, kann durch Downloadmaterial oder Links ergänzt werden



Fact Sheet | Onsite-Advertorial

Kontextuelles Content-Marketing

Die Umsetzung

Wenn Sie Interesse an einem Onsite-Advertorial zu einem bestimmten Thema haben, so sprechen Sie uns gerne an. Wir erstellen für Ihre Bedarfe eine tag-Wolke bei springemedizin.de und prüfen, wie viele Seitenaufrufe redaktionelle Beiträge mit diesen tags im letzten halben Jahr erzielt haben. Damit können wir abschätzen, welche Sichtbarkeit Ihr Thema erreichen kann.

Innerhalb eines Onsite-Advertorials können Sie einen Text oder ein Video einsetzen, das durch passende Links der Downloadmaterial ergänzt werden kann. Gerne können Sie auch bereits vorhandene, geeignete Materialien einsetzen. Für die Umsetzung geben wir Ihnen Check-Listen an die Hand und beraten Sie auch gerne persönlich.

Anknüpfungspunkte | Alternativen

Pushen Sie die Trafficzufuhr aktiv über die Buchung von passender Online-Promotion – wir beraten Sie gerne! Falls Sie Content Marketing bei Springermedizin.de durchführen wollen, aber mehr als nur einen Inhaltsbaustein haben, so buchen Sie einen Content Hub, bei dem bis zu 10 Elemente integriert werden können, die in einer eigenen Landing Page aggregiert werden. Gerne können Sie auch mit einem Onsite-Advertorial starten und dies zu einem späteren Zeitpunkt zu einem Content Hub ausbauen.

Kurz-Info im Überblick

Leistung: Aufsetzen und Einrichten des Onsite-Advertorials, inkl. Integration des Inhalts, Erstellen eines zuführenden Teasers, Verschlagwortung der Inhalte laut abgesprochenem Themenfeld. Laufzeit 3 Monate. Reporting nach Abschluss des Projektes.

Zeitschiene: Bei komplett angeliefertem Inhalt dauert die Umsetzung ca. 1 Woche, zzgl. Freigaberunden.

Preis: Setup & 3 Monate Laufzeit 3.250 €

Ansprechpartner

Agnieszka Fürstenau
030 / 82787-5579 | agnieszka.fuerstenau@springernature.com

Karin Stratmann
030 / 82787-5577 | karin.stratmann@springernature.com

Andrea Wehrens
030 / 82787-5576 | andrea.wehrens@springernature.com

Weiterführende Informationen

- [Checkliste Materialien Content Hub](#)
- [Checkliste Bilder Content Hub](#)
- [Übersicht über alle aktuellen Content Hubs auf SpringerMedizin.de](#)