



STARKE HERZEN

konzipiert von **media impact** —
dem kreativsten kundenversteh
deutschlands_

herzensstärke

Herz-Kreislauf-Erkrankungen sind in Deutschland Todesursache Nr. 1.

Mit den wichtigsten Themen, neuesten Forschungsergebnissen und großer medialer Reichweite setzt der BILD-Herzgipfel am **17. März 2026** erneut ein starkes Zeichen.

Ziel ist es, **Aufmerksamkeit** zu schaffen, Leben zu retten und Innovationen zu fördern.

Eine Themenserie in BILD und BILD am SONNTAG sowie eine eigene Bühne bietet Ihnen als Partner maximale Reichweite für Ihre **Botschaft**.



herzklopfen

Highlight-Film 2025

Termin:
17.03.2026

Das Gipfeltreffen der
Herzspezialisten

>100

Hochkarätige Vertreter aus Medizin,
Fachgesellschaften, Forschung,
Wirtschaft und Politik und die besten
Kardiologen des Landes

**Axel Springer
JOURNALISTENCLUB**

Money-can't-buy Location im
Herzens Berlins

553 **MIO.**

Medienkontakte 2025*

 Bristol Myers Squibb™

 **Abbott**


AstraZeneca 

Partner 2025

 **ASKLEPIOS**

herzensbund

Positionierung

Ein starkes Signal für
Prävention und
Herzgesundheit in
Deutschland.

Bringen Sie Ihre
Themenidee ein –
die Redaktion prüft eine
Aufnahme ins Programm

Reichweite

2025:
553 Mio. Medienkontakte
durch den
BILD-Herzgipfel.*

2026** wird das Format
wieder über alle
BILD-Kanäle
aufmerksamkeitsstark
crossmedial orchestriert.

Networking

Exklusives Dinner &
Networking im
Axel Springer
JOURNALISTENCLUB
nach dem Gipfel –
der perfekte Rahmen für
neue Herzensprojekte.

*Quelle: Reichweite nach AWA (Allensbacher Markt- und Werbeträger-Analyse) und die AGMA (Arbeitsgemeinschaft Media Analyse e.V.)

**15.-21.3.2026 ; Print, Digital, Bewegtbild, Social Media

1,7 Mrd. KONTAKTE

erzielten die jeweils letzten BILD-Gipfelformate* zusammen



ausschlaggebend

Awareness

68%

„Aufgrund der Beiträge konnte ich mein Wissen erweitern.“

Emotion

58%

„Die Beiträge rund um das Thema wirken nicht belehrend, sondern sehr authentisch.“

Aktion

53%

„Aufgrund der Beiträge werde ich meinen Arzt oder Apotheker auf das Thema ansprechen.“

Methode: CAWI-Befragungen im Rahmen des ZMG Media Monitor Rapids in den jeweiligen BILD-Nutzergruppen. Basis Vorsorgegipfel: n=338, Basis: Herzgipfel: n=460.
Fragen: Wie sehr interessieren Sie sich für Informationen rund um das Thema Gesundheitsvorsorge? Wie sehr interessieren Sie sich für Informationen rund um das Thema Herzgesundheit? Haben Sie Beiträge rund um den „BILD Vorsorgegipfel“ bzw. Herzgipfel bemerkt? Wie sehr stimmen Sie folgenden Aussagen zu (Basis: Top 2 auf 5er Skala).
Ø Gipfel = Mittelwert aus „BILD-Vorsorgegipfel“ / „BILD-Herzgipfel“

pulsierend event impressionen



herzensmenschen mögliche speaker & gäste

**Nina
Warken**

Bundesgesundheitsministerin

**Prof. Dr. Ulf
Landmesser**

Direktor der Klinik für
Kardiologie, Angiologie und
Intensivmedizin des Deutschen
Herzzentrums der Charité

**Prof. Markus
Krane**

Direktor der Klinik für Herz- und
Gefäßchirurgie, TUM Klinikum
Deutsches Herzzentrum

**Prof. Christina
Magnussen**

Stell. Klinikdirektorin der
Kardiologie Universitäten Herz-
und Gefäßzentrum
UKE Hamburg

**Dr. med. Stefan
Blankenberg**

Klinikdirektor, Ärztlicher Leiter
UHZ, Facharzt für Innere Medizin
und Kardiologie.
UKE Hamburg

**Prof. Dr. Holger
Thiele**

Stellvertretender Ärztlicher
Direktor, Direktor der
Universitätsklinik für Kardiologie
– Helios Stiftungsprofessur



geplante herzensthemen



Bluthochdruck

Bluthochdruck ist ein zentrales Thema, weil er oft unentdeckt bleibt.

Mögliche unbehandelte Folgen: Herzinfarkt oder Schlaganfall.

Wie Lebensstilveränderungen Leben retten können



Reha

Nach einem Herzinfarkt stärkt ein Reha Körper und Kreislauf, verbessert Fitness, beugt Rückfällen vor und unterstützt psychisch durch Sicherheit, Struktur und neue Lebensperspektiven.



Herzinsuffizienz

Herzinsuffizienz bleibt eine der am schwersten zu behandelnden Herzerkrankungen.

Welche Fortschritte & Entwicklungen ermöglichen Patienten ein besseres Leben?



Multimorbider Patient

Übergewicht, Diabetes, Niere, Lunge - individuelle, ganzheitliche Behandlung erhöht die Lebensqualität. Wie Koordination, angepasste Medikation, psychische Unterstützung und klare Prioritätensetzung funktionieren kann.

ihre herzensbotschaft

Profitieren Sie von der **Expertise** der BILD-Redaktion

Unser Projektteam findet das passende Format* für Ihre **Eventpräsenz** – unabhängig von der redaktionellen Agenda.

Das klare Ziel: maximale **Aufmerksamkeit** für Ihr Thema

- Formate wie Paneldiskussion, Impulsvortrag, Interview, Dinner Speech
- Integration von Videos, Umfragen, Studien, Patientengeschichten und Influencern
- Hochkarätige, branchenübergreifende Vernetzung
- Logointegration in allen Kommunikationsmitteln, wie z.B. Logo-Wall, Einladung, Agenda, Social Media

*Fünf Optionen für Ihre Sichtbarkeit: Umsetzung in Abstimmung mit unserem Projektmanagement, redaktionell unabhängig

Paneldiskussion



Impulsvortrag



1:1 Interview



Dinner Speech



herzblatt

Mit der großen Berichterstattung in BILD- und BILD am SONNTAG gibt die Redaktion der **Herz-gesundheit** eine große Bühne. Die Leser werden umfassend informiert und emotional abgeholt

Starker Auftritt: Exklusive Ankündigungen zum BILD-Herzgipfel und der Telefonaktion – prominent auf der Titelseite und im Blatt.

Profitieren Sie von der starken **redaktionellen Bühne:**

Maximale Präsenz: Ihre Anzeige im redaktionell perfekt passenden Umfeld.



BILD am 04.04.2025



BILD am 02.04.2025



BILD am Sonntag am 30.04.2025

social herzwerk

29 Mio.
Medienkontakte

134
Social Media Posts

Über die Social-Kanäle, insbesondere **LinkedIn** werden grandiose **Social-Media-Reichweiten** erzielt: vor, während und insbesondere nach dem Event.

Hier wird der besondere **Netzwerk-Effekt** spürbar – diese Veranstaltungen hinterlässt bei allen Teilnehmern live vor Ort und an den Screens einen bleibenden **Eindruck**.

Beispiel LinkedIn Post

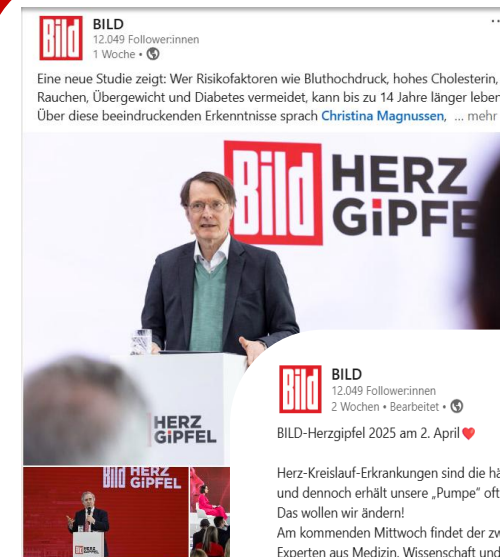


BILD
12.049 Followerinnen
2 Wochen • Bearbeitet •

BILD-Herzgipfel 2025 am 2. April

Herz-Kreislauf-Erkrankungen sind die häufigste Todesursache in Deutschland – und dennoch erhält unsere „Pumpe“ oft nicht die Aufmerksamkeit, die sie verdient. Das wollen wir ändern!

Am kommenden Mittwoch findet der zweite BILD-Herzgipfel mit Expertinnen und Experten aus Medizin, Wissenschaft und Politik statt, um über Innovationen, Herausforderungen und Lösungsansätze in der Herzgesundheit zu diskutieren. Zu den Gästen zählen unter anderem Bundesgesundheitsminister Prof. Karl Lauterbach, auch Schirmherr der Nationalen Herz-Allianz (NHA), der die Keynote hält, und renommierte Kardiologinnen und Kardiologen. Die wissenschaftliche Leitung hat erneut **Ulf Landmesser**, Direktor der Klinik für Kardiologie, Angiologie und Intensivmedizin und Bereichsvorstand des Deutschen Herzzentrums der Charité und Direktor des Friede Springer Cardiovascular Prevention Center.

Beim diesjährigen BILD-Herzgipfel geht es insbesondere um Adipositas und Diabetes als Risikofaktoren, die Versorgung bei Herzinsuffizienz, seltene, aber entscheidende genetische Faktoren, das Zusammenspiel von Rhythmusstörungen und Schlaganfall sowie Innovationen in Chirurgie und Intervention. Mit dabei sind u. a. **Roxana Mehran**, **Prof. Dr. med. Markus Krane**, **Oliver Piepenstock** (ex Weiss), **Julia Szendrői**, **Sandra Starke**, **Matthias Axel Dr. Schweitzer**, **John Deanfield CBE**, **Matthias Blüher**, **Tienush Rassaf**, **Christel Moll**, **Holger Thiele**, **Mareike Geier**, **Elisabeth Steinhagen-Thiessen**, **Matthias Endres**, **Andre**

herzstück

Ihre Werbemittel werden **exklusiv** in SEO-optimierten Artikeln und auf BILD Gesundheit in Ihrem **eigenen Themenhub** platziert inkl. Verlinkung zu Ihrer Landingpage.
Reichweite und Traffic sind durch **garantierte Ad Impressions** sichergestellt.

Bis zu vier **Advertorials** im BILD-Look & Feel sorgen für perfekte Einbindung.
Optional: Integration einer Produkt- oder Brand Story.

Beispiel Themenhub

3 Monate*
Laufzeit für Ihre Werbemittel im Umfeld der Bühne

30,75
Mio. Als*



Indikationsbelegung
Desktop Ansicht

impulsgeber

Unsere erfahrenen Content Creatoren entwickeln Erzählformate, die im Look&Feel von BILD auf Ihr **Mediaziel** ausgerichtet sind. Ob **Awareness**, **Aufklärung** oder **Conversion** – die Brand Story wird passgenau erzählt.

Durch authentisches, natives Storytelling im Stil klassischer **BILD-Ratgeber** entsteht eine inspirierende Lese-Erfahrung, die gesundheitsbewusste Zielgruppen gezielt anspricht.

**Übersicht
Brand Story**

4 Minuten
Ø Verweildauer

1 A-Teaser BILD Home
Ab 110.000 Views

200 %
bis zu Engagementrate
Social Media

EXPERTEN INTERVIEW



CTA BUTTON

The screenshot shows a BILD website layout. At the top is the BILD logo and navigation menu. Below is a banner for 'IhreApotheken.de'. The main article headline reads 'Gerade ein E-Rezept vom Arzt erhalten? So bekommen Sie Ihre Medikamente noch heute ... und unterstützen gleichzeitig Ihre Lieblings-Apotheke!'. The article features a circular inset image of a hand holding a QR code and a woman looking at her smartphone.

Bestellen Sie
Ihr Medikament online
bei Ihrer Lieblings-Apotheke vor Ort
E-Rezept einlösen und vieles mehr!

herzens- angelegenheit

Ihre Produktstory wird **authentisch** und **produktfokussiert** im Stil von BILD erzählt.

Wir **garantieren** Ad Impressions , Page Views und sorgen für langlebige **Sichtbarkeit**, um

- Produkte und Themen verständlich zu erklären
- den Leser auf Augenhöhe abholen
- unschlagbare Argumente zu liefern – und so den Abverkauf richtig anzukurbeln!

Übersicht Product Story

6,2 Mio.
Ad Impressions*

Option: Healthcluster
Herzgesundheit

20 Tausend
Page Views*

4 Wochen
Laufzeit (nach Ablauf
weiterhin auffindbar)



VIGANTOLVIT™

Gesundheitskampagne rüttelt auf

Wieso fehlt Deutschland hier das „D“?



In einer neuen Gesundheitskampagne wurde Deutschland das „D“ geklaut – können Sie sich vorstellen, worauf das abzielen soll? Kleiner Tipp: Dieses „D“ fehlt im Schnitt auch jedem zweiten Erwachsenen!
Foto: P&G

Produktfokus

**Ihre tägliche Dosis
Sonnenschein zum Kauen!**
2000 I.E. Vitamin D von Vigantolvit
HIER klicken & direkt bestellen

bewegtbild im herztakt

Mit **SEO-optimiertem Bewegtbild-Content** erzielen Sie **maximale Reichweite** und **nachhaltige Sichtbarkeit**.

Aus Ihrer Sprechstunde produzieren wir **Video-on-Demand-Clips**, die **drei Monate** verfügbar und dauerhaft auf BILD.de auffindbar sind.

Sie können die Inhalte **mit L-Frame und Pre-Roll** begleiten und flexibel auf Ihrer Website oder in Social Media nutzen.

Unser Full-Service umfasst Produktion, Kreation und die Integration des L-Frames*.

*Pre-Roll muss angeliefert werden

5,5 MIO.

Unique User bild.de pro Tag

3

Monate Laufzeit



Visualisierung L-Frame



Visualisierung PreRoll



ihre herzenspartner

wir sind gesundheits



Anett Hanck



Director Business Unit Healthcare
Media Impact GmbH & Co. KG
Theresienhöhe 26
80339 München



Mobil: +49 (0) 151 440 477 66



anett.hanck@axelspringer.com



Arne Sill



Senior Sales Manager
Media Impact GmbH & Co. KG
Axel-Springer-Platz 1
20350 Hamburg



Mobil: +49 (0) 151 150 903 60



arne.sill@axelspringer.com



Christoph Roßmann



Senior Sales Manager
Media Impact GmbH & Co. KG
Axel-Springer-Platz 1
20350 Hamburg



Mobil: +49 (0) 151 168 300 37



christoph.rossmann@axelspringer.com