

Keine halbe Sache

Frauengesundheit ist Medizin für alle

konzipiert von
media impact —
dem kreativsten kundenverstehender
deutschlands_

Bild **FRAUEN**
GESUNDHEITSGIPFEL

Gemeinsam stärker

Am **18. November 2026** findet der dritte BILD-Frauengesundheitsgipfel statt. Im Mittelpunkt stehen erneut **tabuisierte Themen rund um die Frauengesundheit.**

Dabei geht es nicht nur um Volkskrankheiten wie Herzerkrankungen oder Migräne, sondern auch um seltene, oft übersehene Erkrankungen.

ExpertInnen diskutieren welche Lösungen es braucht, um **diese Missstände zu überwinden.**

BILD gibt dem Thema eine große Bühne – in Print, Digital und auf Social Media – um wirkliche Veränderungen anzustoßen.



Frauenpower

Nutzen Sie die Lautstärke und Reichweite von BILD. BILD ist und bleibt mit **42,51 Mio.** Reichweite* die **Nr. 1** in Deutschland!

Sie erreichen mit den BILD-Marken **18,15 Mio.**** **Frauen** in Deutschland pro Monat.

BILD hat nicht nur eine digitale Reichweite von **25,30 Mio.***** Usern pro Monat, sondern auch mehr Follower als Stern, Focus oder Spiegel.

*Quelle: b4p 2025 II; Basis deutschspr. Bevölkerung 14+ Jahr4 (70,48); crossmediale Marken-Reichweite/Monat

**Quelle: b4p 2025 II crossmediale Marken-Reichweite/Monat, weiblich

***Quelle AGMA

42,51

Mio. Kontakte gesamt

18,15

Mio. Kontakte Frauen

25,30

Mio. User pro Monat

Das Gipfeltreffen für mehr Frauengesundheit in Deutschland 2026

Mehr als die bessere Hälfte

**Termin:
18. November 2026**

Das 3. Gipfeltreffen für mehr Frauengesundheit in Deutschland

>100

Hochkarätige Vertreter aus Medizin, Fachgesellschaften, Wissenschaft, Wirtschaft, Politik

**Axel Springer
JOURNALISTENCLUB**

Money-can't-buy Location im Herzens Berlins

445 MIO.

Medienkontakte 2025*

AstraZeneca



NOVARTIS



Partner 2025

Highlight-Film 2025

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



Frauen müssen lauter werden

Positionierung

Ein starkes Signal für mehr Frauengesundheit in Deutschland.

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

Reichweite

2025:
445 Mio Medienkontakte durch den BILD-Frauen-gesundheitsgipfel.*

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 Frauengesundheitsprojekte.

*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

2 Mrd. Kontakte

erzielten die jeweils letzten BILD-Gipfelformate* zusammen



Keine halbe Sache



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“

Klartext

Bild FRAUEN GESUNDHEITSGIPFEL



PROGRAMM
12. November 2025

Bild FRAUEN GESUNDHEITSGIPFEL

KEINE HALBE SACHE!

FRAUENGESUNDHEIT IST MEDIZIN FÜR ALLE

14.00 Uhr Eröffnung

Gesamtmoderation: Anna Funck

BEGRÜßUNG

Kati Degenhardt, Chefredaktion BILD

ERÖFFNUNGSREDE

Nina Warken, Bundesgesundheitsministerin, CDU

UNGLEICH KRANK

14.20 Uhr Gespräch

Moderation: Stefanie May

ZUKUNFT MIT MS

(Frauen)-Power von Anfang an

Prof. Friedemann Paul, Direktor Experimental and Clinical Research Center, Leiter AG Klinische Neuroimmunologie, Neuroscience Clinical Research Center, Charité Berlin
Prof. Katja Alig, Oberärztin und stellv. Leiterin Multiple Sklerose Zentrum, Uniklinikum Dresden, Charité-Klinik für Neurologie, Sächsisches Krankenhaus, Annaburg

Gespräch im Wartezimmer

Moderation: Jana Kolbe

Bitte Platz nehmen!

Anika Schreiber, Patientin, Kampagne-Gesicht Deutsche Multiple Sklerose Gesellschaft
Jasmin Mir, Patientin, Gründerin amdar.net

AGENDA

MIGRÄNE: KOPFLOS VOR SCHMERZEN

15.00 Uhr Vortrag

PD Dr. Bianca Raffelt, Leiterin Kopfschmerzambulanz, Charité Berlin

15.15 Uhr Interview

Moderation: Jana Quoss

Prof. Dagmar Heile-Lee, Leiterin Westdeutsches Kopfschmerzambulanz, Oberärztin der Klinik für Neurologie, Uniklinikum Essen

Gespräch im Wartezimmer

Moderation: Jana Kolbe

Bitte Platz nehmen!

Sabrina Wolf, Patientin, Podcasterin „Unwetter im Kopf“

BILD-KAMPAGNE „GEWALT GEGEN FRAUEN“

15.35 Uhr Impuls

Alexander Dobrinski, Bundesminister, CDU

15.55 Uhr Pause

AUF DER BÜHNE DES BILD-FRAUENGESUNDHEITSGIPFELS



AGENDA

16.30 Uhr Impuls

KEINE TABUS. NUR KLARTEXT!

Prof. Mandy Mangler, Charité-Klinik für Gynäkologie und Geburtsmedizin, Vivantes Berlin

16.40 Uhr Interview

Moderation: Kati Degenhardt

HORMONGESTEUERT?!

Die Wahrheit über Zyklus, Stimmung & Selbstbestimmung

Dr. Sheila de Liz, Gynäkologin, Besteller-Autorin

16.55 Uhr Gespräch

Moderation: Sarah Majerczyk

WIE RISIKOADAPTIERTE MEDIZIN BRUSTKREBS VERÄNDERT

Von Diagnose bis Therapie

Prof. Marion Kachel, Direktorin Frauenklinik TUM Universitätsklinikum München, Mitglied Leopoldina
Prof. Rita Schumacher, Universitätsklinik Köln

Gespräch im Wartezimmer

Moderation: Jana Kolbe

Bitte Platz nehmen!

Carolin Kiefer, Patientin
Jana Momeni, Patientin und Lena Momeni

17:40 Uhr Interview

Moderation: Sarah Majerczyk

BEFREIT VON JAHRELANGER LAST!

Endlich Kasernhilfe bei Lipödem

PD Dr. Magda Ghods, Sprecher AG Lipödem der DGPRAC, Charité-Klinik für Plastische, Ästhetische und Rekonstruktive Chirurgie, Klinikum Ernst von Bergmann, Potsdam und Bad Belzig

Bild FRAUEN GESUNDHEITSGIPFEL

17.50 Uhr

„GEHT 'NE FRAU ZUM ARZT...“

Nicole Jäger, Comedian

18.05 Uhr Abschlussdiskussion

Moderation: Stefanie May

WIE STELLEN WIR UNSERE WELT AUF DIE SICHTBARKEIT VON FRAUENGESUNDHEIT UM?

Dr. Niko Andre, Head of Oncology Germany, AstraZeneca
Prof. Sylvia Mechsner, Leiterin Endometriozentrum, Charité Berlin, Inhaberin erster Lehrstuhl für Endometrioseforschung Deutschland
Prof. Gert Naumann, Präsident Deutsche Gesellschaft für Gynäkologie und Geburtshilfe
Dr. Konstanze Wagner, Gynäkologin, Social-Media-Autorin
Ernst Ziehe, CEO Bundeskniggeportal

18.40 Uhr Fragen aus dem Publikum

19:00 Uhr Dinner

JOURNALSTENCUB

BEGRÜßUNG

Sarah Majerczyk, Chefredaktion BILD, Medizin-Autorin
Carolin Hubhoff Pol, CEO BILD-Gruppe

DINNER-SPEECH

Dr. Corinna Jacobs, Head of Communication & Patient Advocacy, Novartis Deutschland
Dorothee Bär, Bundesforschungsministerin, CDU

AUF DER BÜHNE DES BILD-FRAUENGESUNDHEITSGIPFELS



#bildfrauengesundheit

Wir danken unseren Partnern



Frauengesundheit verbindet



Frauengesundheit verbindet



ImpulsgeberInnen

Barbara Bitzer

Sprecherin des
Wissenschaftsbündnisses DANK,
Geschäftsführerin DDG

Dr. Traugott Ullrich

Stellvertretender Vorsitzender
des Vorstands
Pharma Deutschland

Dorothee Bär

Bundesforschungs-
ministerin

Klaus Holetschek

Gesundheitspolitiker und
CSU-
Fraktionsvorsitzender im
Bayerischen Landtag

Dr. Maria van Kerkhove

Acting Director for
Epidemic and Pandemic
Preparedness and
Prevention World Health
Organization



*SpeakerInnen stehen noch nicht final fest

Frauenthemen

Was wäre Ihr
Thema?



Volkskrankheiten und seltene Indikationen

Von Herzinfarkt, Endometriose bis Migräne – viele Frauen sind von chronischen aber auch seltenen Erkrankungen betroffen. Aufklärung, Forschung und gezielte Vorsorge sind entscheidend.



Prävention und Therapie bei Krebs

Brust-, Eierstock- und Gebärmutterhalskrebs zählen zu den häufigsten Krebsarten bei Frauen. Prävention, moderne Therapien und aktuelle Forschung wie Immunonkologie stehen dabei im Fokus.



Hormone

Hormone begleiten Frauen ein Leben lang – von Zyklus und Verhütung über Schwangerschaft bis zu den Wechseljahren. Sie beeinflussen Körper, Stimmung und Wohlbefinden und verdienen mehr Aufmerksamkeit in jeder Lebensphase.



Selbstfürsorge

Selbstfürsorge bedeutet, aktiv etwas für die eigene Gesundheit zu tun – von regelmäßigen Vorsorge-Checks und Impfungen bis zur bewussten Auseinandersetzung mit Ernährung, Bewegung und mentalem Wohlbefinden. Es geht um die Vorbeugung von Krankheiten für mehr Frauengesundheit.

Starke Frauen

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



1:1 Interview



Impulsvortrag



Dinner Speech



Was zählt, ist Wissen

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

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

Profitieren Sie von der starken **redaktionellen Bühne** und einer **maximalen Präsenz** mit Ihrer Anzeige im redaktionell perfekt passenden Umfeld.

* b4p 2024 II, 5x Printveröffentlichung in BILD, 2x Printveröffentlichung in BILD am Sonntag

BILD am 11.11.2025



BILD am 10.11.2025



45 Mio
Printkontakte*

BILD am 13.11.2025



Ach so ist das



BILD am Sonntag am 09.11.2025

Aufgeklärt besser leben

Ihre Werbemittel werden **exklusiv** in SEO-optimierten Artikeln und auf BILD Gesundheit in Ihrem **eigenen Themenhub Frauengesundheit** 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

*weitere Pakete für 1,6 oder 12 Monate oder individuell verfügbar

3 Monate*
Laufzeit für Ihre Werbemittel im Umfeld der Bühne

30,75
Mio. Als*

Live ab 09.11.2025



Indikationsbelegung
Desktop Ansicht

talk statt tabu

#bildfrauengesundheit

Über die Social-Kanäle, insbesondere **LinkedIn** und **Instagram** 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

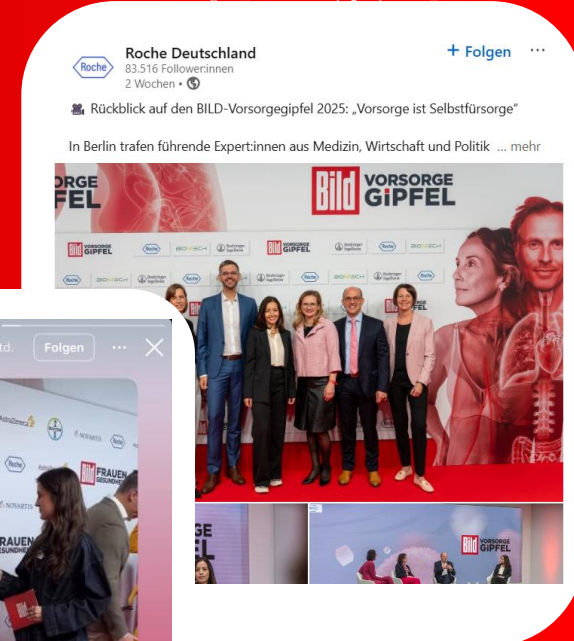
Beispiel
Instagram Story

Bild **FRAUEN**
GESUNDHEITSGIPFEL

Mind. **10 Stories** mit einer Reichweite bei Instagram
bis zu **39.526** Aufrufen /Story

15 Mio Social Media
Kontakte

150 Social Media
Posts



In Bewegung bleiben

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

Beispiel Herzsprechstunden zum BILD-Herzgifel



Die große I
Prof. Dr. Hölle-Lee erklärt L
Migräne.

VIDEOS



Visualisierung PreRoll



Frauenvorsorge – leicht gemacht

Unsere erfahrenen Content Creatorn 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 gesundheits-bewusste Zielgruppen gezielt anspricht.

**Übersicht
Brand Story**

**Bild FRAUEN
GESUNDHEITSGIPFEL**

4 Minuten
Ø Verweildauer

1 A-Teaser BILD Home
Ab 110.000 Views

200 %
bis zu Engagementrate
Social Media

EXPERTEN INTERVIEW



GTA BUTTON

The screenshot shows a BILD website layout. At the top is the BILD logo and navigation menu. Below is a search bar and a section for 'Ihre Apotheken.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 phone.

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

Gesundheits- kompass

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.
AdImpressions*

20 Tausend
Page Views*

Option: Healthcluster
Frauengesundheit

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

Nur für Frauen

Durch **präzises Targeting nach Health-Cluster** erreichen Sie maximale Effizienz ohne Streuverluste.

Story und Teaser werden **nur** in den **für Ihre Zielgruppe relevanten Umfeldern** auf **bild.de** ausgespielt.

Rechtssichere Ausspielung (HWG & DSGVO):

Die Auslieferung Ihrer Product Story erfolgt ausschließlich in thematisch passenden Umfeldern und auf Basis allgemeiner Interessen – ohne Ansprache individueller Erkrankungen und ohne Heil-/Wirkaussagen. Damit ist das Angebot HWG-konform. Für das Targeting werden keine besonderen Kategorien personenbezogener Daten nach Art. 9 DSGVO verarbeitet; die Health-Cluster beruhen auf kuratierten Keyword-Listen, aus denen krankheitsbezogene Begriffe ausgeschlossen sind."

Diese **Health-Cluster** können wir Ihnen aktuell auf Ihre Product Story anbieten:



Let's talk

wir sind gesundheits

Bild **FRAUEN**
GESUNDHEITSGIPFEL



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