

BILD

VORSORGE GIPFEL 2025

WIR MACHEN DEUTSCHLAND GESÜNDER

impassioned by

media **impact** 



live
experience ... media **impact** 

media **impact** 

DER BILD-VORSORGE GIPFEL 2025

Am 14. OKTOBER 2025 kommen beim fünften BILD-Vorsorgegipfel führende Entscheidungsträger und Entscheidungsträgerinnen der Gesundheitsbranche sowie politische Vertreter bei BILD in Berlin zusammen.

Was sind die aktuellen Herausforderungen und Chancen in der Gesundheitsbranche? Ob in Panels oder Interviews – bei BILD kommen Partner, Politiker und Experten zu einem hochkarätigen Gipfeltreffen live zusammen.

Eine Themen-Serie in BILD und BILD am SONNTAG sowie eine eigene Bühne zur Vorsorge runden das Event ab.

So schafft BILD eine einzigartige Bühne und bietet den Partnern die Möglichkeit, enorme mediale Power auf ihre Themen zu bekommen.

TERMIN
14. OKTOBER 2025

ORT
BERLIN,
AXEL SPRINGER JOURNALISTEN CLUB

TEILNEHMER*INNEN
100 TOP-LEVEL ENTSCHEIDER*INNEN AUS POLITIK
SOWIE AUS DER PHARMA- &
GESUNDHEITSBRANCHE

LASSEN SIE UNS PARTNER WERDEN

#REASONWHY

1. MEDIAPRÄSENZ

Ihre Botschaft beim BILD-Vorsorgegipfel, der bereits zum 5. Mal bei Axel Springer stattfindet. BILD hat **sich zum Ziel gesetzt**, die Vorsorge für alle Menschen in Deutschland zu stärken.

2. REICHWEITE

37,12 Millionen Leser:Innen crossmedial*. Nutzen Sie die Power von **BILD mit 15,06 Mio.** sowie von **BamS mit 7,24 Mio. Leser pro Monat*** und **25,30 Mio. digitale Nutzer pro Monat.**

3. NETZWERK

Das **Event** im Axel Springer Journalistenclub bietet eine einzigartige Atmosphäre, um **Kontakte zu knüpfen** für mögliche **gemeinsame Projekte in Sachen Vorsorge.**

KEY FACTS

**ERSCHEINUNGSTERMINE:
BILD und BILD am SONNTAG
12.10.2025 – 17.10.2025**

**KANÄLE:
Event, Print, Bewegtbild,
Digital**

Timing vorbehaltlich etwaiger Änderungen und redaktioneller Freigabe

* Quelle: b4p 2024 I, Print: *Monatssichtweise, 24x BILD Print 4x BamS, Digital: NpM (stationär, Mobil, App), Basis: Deutschspr. Bev. ab 14 Jahre (70,48 Mio.)
Verkaufte Auflage nach IVW 3/2024: BILD: 1.023.854 Ex., BILD am SONNTAG 461.720 Ex.

PROFITIEREN SIE VOM AXEL SPRINGER ÖKOSYSTEM

Durch unsere langjährige Erfahrung mit den BILD-Gesundheitsgipfeln, wissen wir genau, worauf es bei einer Veranstaltung auf dieser Flughöhe ankommt – bei der Organisation, Umsetzung und medialen Inszenierung.

Dieses Können werden wir auch beim diesjährigen BILD-Vorsorgegipfel wieder unter Beweis stellen - dafür stellen wir das beste Team aus Redakteuren der BILD, Projektmanagern, Eventmanagern sowie Mitarbeitenden von Media Impact zur Verfügung.

Das Projekt wird von Axel Springer vollumfänglich unterstützt – auch was die Pressearbeit und die Kommunikation angeht.



318 MIO. KONTAKTE ERREICHTE DER BILD-VORSORGE GIPFEL IN 2024

(Print, Digital, Social Media*)

Medienart	Anzahl der Meldungen	Gedruckte Auflage	Verkaufte Auflage	Verbreitete Auflage	Page Impressions	Brutto-Reichweite	Anzeigen-Äquivalenz (relevant)	Anzeigen-Äquivalenz (Artikel)
Printmedien	61	3.872.102	3.315.745	4.159.607		25.528.814	540.152 €	798.321 €
Online-Medien (klassisch)	15				1.115.574.690	286.709.550	8.085.210 €	8.601.287 €
Social Media	75					6.560.493	45.485 €	45.485 €
Gesamtergebnis	151	3.872.102	3.315.745	4.159.607	1.115.574.690	318.798.857	8.670.846 €	9.445.093 €

*Grundlage der Medienanalyse sind folgende Medienarten: Printmedien, Online-Medien, Nachrichtenagenturen, TV- und Radio-Sender. Für die Aufnahme eines Artikels in die Medienanalyse gelten dieselben Kriterien, wie sie in der Medienbeobachtung beauftragt sind.

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

HIGHLIGHT CLIP 2024



DAS WAR DER VORSORGE GIPFEL 2024



IMPRESSIONEN DES GIPFELS 2024



IMPRESSIONEN DES GIPFELS 2024



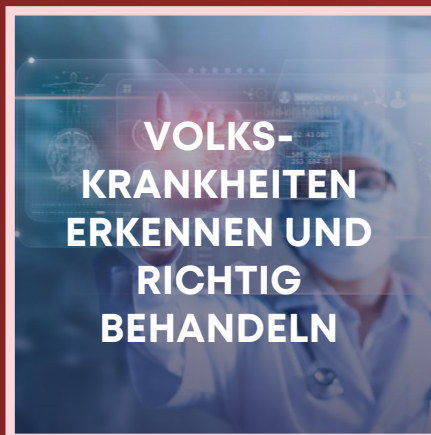
MÖGLICHE THEMENSCHWERPUNKTE



Wir werden immer älter. Wichtig ist es, dabei gesund zu bleiben. Was vom Trend LONGEVITY wirklich Effekt hat, beleuchten wir aus verschiedenen Blickwinkeln.



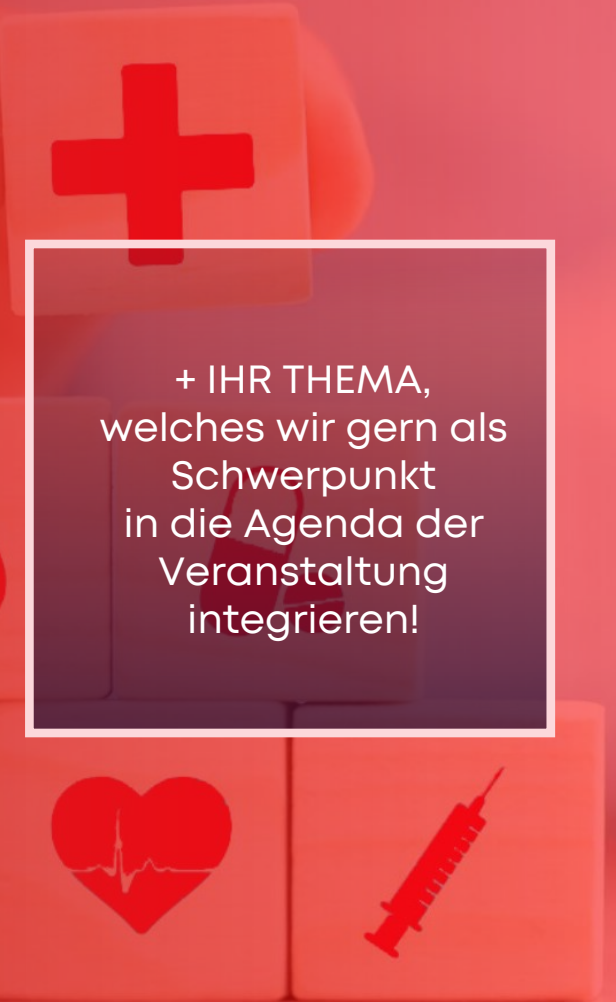
Welche Impfungen bereits wichtig sind und welche es in Zukunft werden. Uns erwarten in diesem Bereich massive Fortschritte



Wie sie zusammenhängen und wo wir ansetzen können, um in Sachen Prävention und Intervention voranzukommen.



Eine ausgewogene Ernährung, eine gute mentale Gesundheit und viel Bewegung. Nahezu alle Experten sind sich einig, dass das die wesentlichen Schlüssel in Sachen Vorsorge sind.



+ IHR THEMA, welches wir gern als Schwerpunkt in die Agenda der Veranstaltung integrieren!

EVENT-INTEGRATION DER PARTNER

Als unser Sponsoring-Partner bekommen Sie volle Präsenz auf der Veranstaltung: **BILD orchestriert die Event-Integration für Ihr Thema!** Professionell und passgenau.

Für die **native Event-Integration** bieten wir unseren Partnern verschiedene Möglichkeiten:

- Paneldiskussionen mit weiteren Experten, Impulsvorträge, 1:1-Interviews, uvm.*
- Integration von Videos, Studien, Patientengeschichten o.Ä.
- Branchenübergreifende Vernetzung
- Logointegration in allen Kommunikationsmitteln, wie z.B. Logo-Wall oder LED-Screen im Eventsetting



* Native Integration nach Rücksprache mit Redaktion und Partner

SO INTEGRIEREN WIR IHR THEMA!

Vertrauen Sie auf die Expertise der BILD-Redaktion:

Wir finden das passende Format* für Ihre Agenda- und Eventintegration.
Unser Ziel: maximale Aufmerksamkeit für Ihr Thema!

Interview

Panel- Integration

Vortrag

Keynote

Dinner- Speech



PRINT-SERIE IN BILD UND BAMS

In der großen BILD- und BILD am SONNTAG-Vorsorge-Serie geben wir den relevantesten Gesundheitsthemen für Deutschland schon auf der Titelseite viel Aufmerksamkeit:

- Umfangreiche redaktionelle Berichterstattung im Vorfeld
- Partnerpräsenz über Ihre Anzeige im redaktionell passenden Umfeld der Sonderserie
- Ankündigungen zum BILD-Vorsorgegipfel auf der Titelseite der BILD
- Ankündigung der Telefon-Sprechstunde



Abbildungen: BILD Vorsorgeserie aus 2024

DIGITALE BÜHNE ZUM VORSORGE GIPFEL

Vor, während und nach dem BILD-Vorsorgegipfel werden die Gesundheitsthemen auf einer aufwändig gestalteten Themenbühne durch die BILD Redaktion zusammengefasst:

- Garantierter Traffic für die Themen im Vorsorge-Umfeld
- Über Advertorials oder Brand Storys im Look & Feel der BILD schaffen wir Awareness für Ihre Themen auf einer eigenen Themenbühne
- Der Content und die Themenbühne werden über einen Zeitraum von drei Monaten mit Traffic versorgt



BRAND STORY IM LOOK & FEEL VON BILD

Die besten Journalisten und Fotografen aus unserer Brand-Studios-Redaktion inszenieren Ihr Thema individuell in einer spannenden und informativen Geschichte im Stil von Deutschlands bedeutendstem Medium: BILD!

Das Beste: Sie sind bei der Brand Story als Kunde der Regisseur!

Alle Schritte, von der Idee bis zur Umsetzung, werden mit Ihnen 1:1 abgestimmt.

Ihr Highlight: Bei der Buchung von 110.000 Views* ist ein A-Teaser auf der BILD Home inklusive.

BILD Brand Stories sind TOP-Performer...

110.000 garantierte Views*

bis zu 4 Minuten Verweildauer

A-Teaser auf der BILD Home*

hohe CTR-Rate

teils über +200 % Engagement-Rate Social Media



Abbildungen: Brand Story HCM

PRODUCT STORY



Ihre Marke oder Produkt steht im Fokus der Geschichte!

Ihre Story rund um Ihre erklärungsbedürftigen Produkte, neuen Features oder aktuellen Angebote wird im Stil der jeweiligen Medienmarke authentisch und klar wiedergegeben.

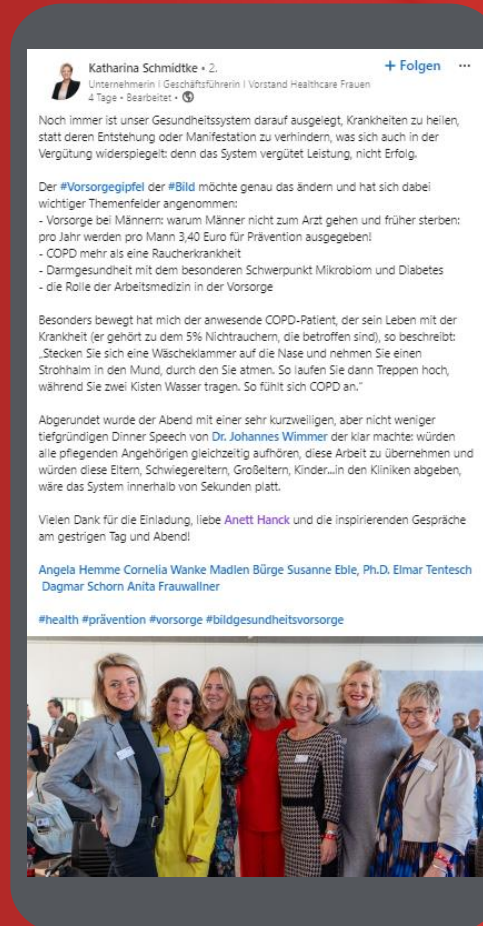
Auf Basis Ihres mitgebrachten Materials werden von uns Ihre individuelle Story sowie der dazugehörige Teaser kreiert. Natürlich immer in Abstimmung mit Ihnen!



NETZWERKE ERWEITERN

Über die Social-Kanäle, insbesondere LinkedIn erreichen wir grandiose Social-Media-Reichweiten vor, während und insbesondere nach dem Event.

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



IHRE ANSPRECHPARTNER

wir sind gesundheits



Christoph Roßmann



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



Mobil: +49 (0) 151 168 300 37



christoph.rossmann@axelspringer.com



Arne Sill



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



Mobil: +49 (0) 151 150 903 60



arne.sill@axelspringer.com



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