

BILD MACHT FRAUEN GESÜNDER.

Lautstark für Frauengesundheit.

impassioned by

media **impact** —

FRAUENGESUNDHEIT BRAUCHT EINE LAUTE STIMME

Am 19. November fand der erste BILD-Frauengesundheitsgipfel unter dem Motto „Wir sind mehr als die bessere Hälfte“ statt.

Im Fokus standen tabuisierte Themen wie Endometriose, Wechseljahre, Kinderwunsch und Depressionen sowie die Benachteiligung von Frauen in der Gesundheitsversorgung. Expertinnen und Experten diskutierten Lösungen, um diese Missstände zu überwinden.

BILD setzt das Thema Frauengesundheit auf seine Agenda und begleitet das wichtige Thema auch in 2025 in Print und Digital.

Der zweite Frauengesundheitsgipfel findet am 12. November 2025 statt.

TERMIN
12. November 2025

ORT
BERLIN,
AXEL SPRINGER JOURNALISTEN CLUB

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



LASSEN SIE UNS PARTNER WERDEN

#REASONWHY

MEDIAPRÄSENZ VOR, WÄHREND, NACH DEM GIPFEL

- 1 Ihre Botschaft** beim BILD-Frauengesundheitsgipfel, der zum 2. Mal bei Axel Springer stattfindet. BILD hat **sich zum Ziel gesetzt**, die Frauengesundheit in Deutschland zu stärken.

REICHWEITENSTARKE POWER

- 2 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**

NETWORKING

- 3 Das Event** im Axel Springer Journalistenclub bietet eine einzigartige Atmosphäre, um **Kontakte zu knüpfen** und **gemeinsame Projekte für mehr Frauengesundheit in Deutschland** zu planen.

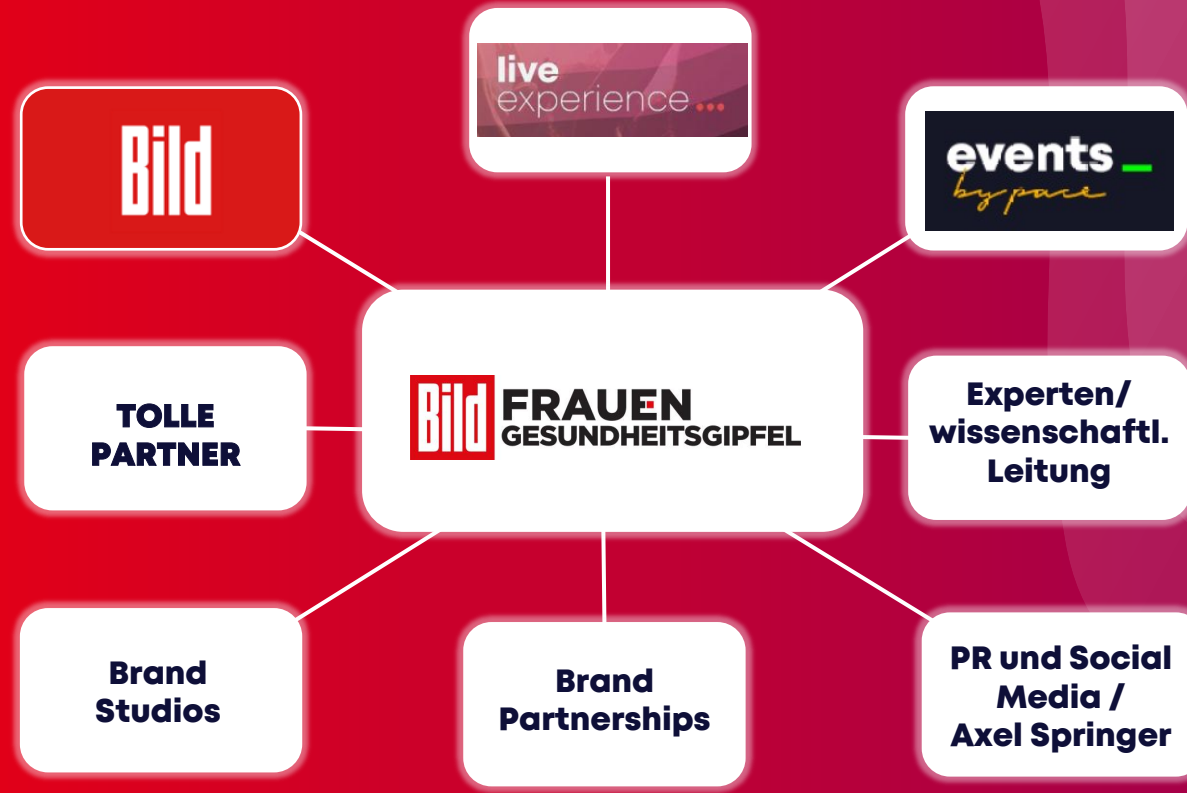
KEY FACTS

ERSCHEINUNGSTERMINE:
BILD und BILD am SONNTAG
09.11.2025 – 14.11.2025

KANÄLE:
Event, Print, Bewegtbild,
Digital

Timing vorbehaltlich etwaiger Änderungen
und redaktioneller Freigabe

ONE GOAL – ONE TASKFORCE



FÜR DIE FRAUEN LAUT SEIN. DAS IST BILD.

Nutzen Sie die Lautstärke und Reichweite von BILD, denn BILD ist und bleibt mit 38,18 Mio. Reichweite* die Nr. 1 in Deutschland.

BILD hat nicht nur eine digitale Reichweite von 25,31 Mio. Usern pro Monat, sondern auch mehr Follower als Stern, Focus oder Spiegel.

Und last but not least:

Sie erreichen mit den BILD-Marken 15,6 Mio.** Frauen in Deutschland pro Monat.



37,12

Mio. Reichweite Gesamt

15,6

Mio. Reichweite Frauen

25,31

Mio. User pro Monat

*Quelle: b4p 2024 II; Basis Deutschspr. Bevölkerung 14+ Jahr4 (70,08); crossmediale Reichweite/Monat

**Quelle: b4p 2024/II BILD Marke + books Ø Monat

HIGHLIGHT-CLIP 2024

BILD-FRAUENGESUNDHEITSGIPFEL



SEHR GUTE THEMEN AWARENESS UND BEWERTUNG DER BEITRÄGE RUND UM DEN GIPFEL



Die Beiträge rund um das Thema Frauengesundheit finde ich gut umgesetzt

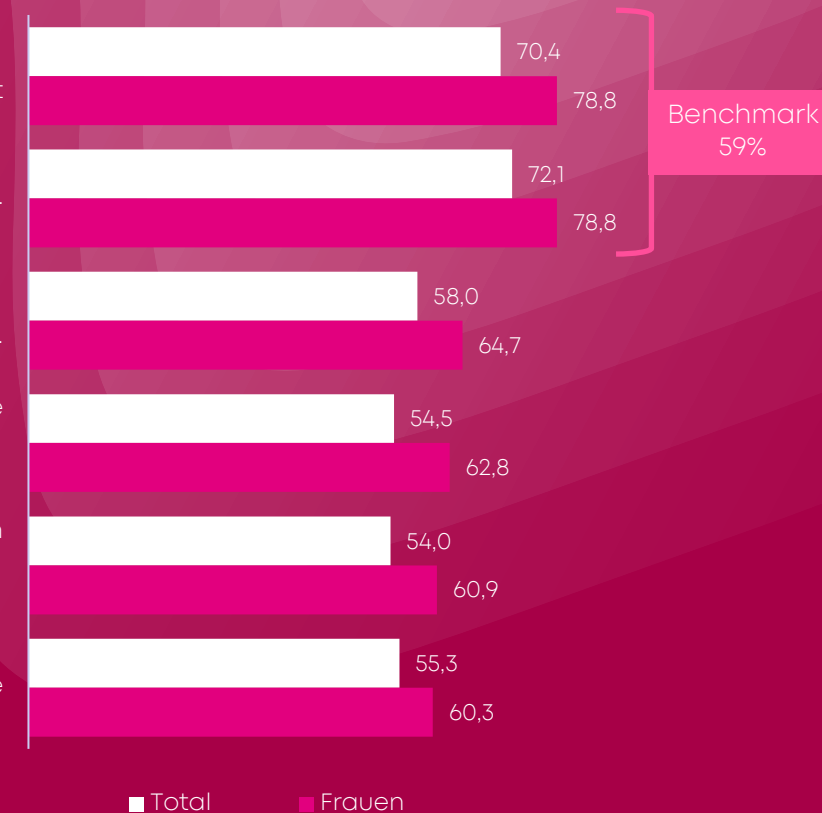
Die Beiträge wirken authentisch.

Ich finde es interessant, dass man den "BILD-Frauengesundheitsgipfel" live mitverfolgen konnte.

Die Beiträge regen mich an, über meine aktuelle Situation nachzudenken, Symptome besser zu beobachten

Die Beiträge macht mich neugierig, mein Wissen über die Wechseljahre und mögliche Therapieformen zu erweitern.

Die Beiträge im Rahmen des "BILD-Frauengesundheitsgipfels" haben mir neue Perspektiven aufgezeigt.



Frage: Haben Sie in den letzten Tagen in BILD, BILD am SONNTAG oder auf BILD.de Artikel gelesen oder Beiträge gesehen, die sich mit Themen zur Gesundheit von Frauen beschäftigen? / Wie sehr stimmen Sie folgenden Aussagen rund um den "BILD Frauengesundheitsgipfel" zu? Basis Recognition: Wahrnehmung Besins, Basis Evaluation: stimme voll und ganz, stimme zu, Angaben in %, ...

THEMENRELEVANZ UND MARKE FÜHREN ZU ERFOLGREICHEN GIPFELFORMATEN

Die Top-Werte der MAFO gibt unseren BILD-Gipfelformaten Recht. (Auszug)

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 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“



FRAUEN
GESUNDHEITSGIPFEL



**TABU-
BRU(N)CH**

ERREICHTEN EINE BRUTTOREICHWEITE VON 558

Mio. Kontakten
(Print, Digital, Social Media)*

Stand: 13.01.2025, Veranstaltungszeitraum vom 19.11.2024 – 20.11.2024 BILD-Frauengesundheitsgipfel+TABU-Brunch, Beobachtungszeitraum vom 16.11. – 13.12.2024. Für die vorliegende Aufstellung wurden 100 Meldungen aus Printmedien, 337 Meldungen aus Online-Medien und 2 Meldungen aus Nachrichtenagenturen ausgewertet.

*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.)



media **impact**

THEMEN EINER LEBENSLANGEN FÜRSORGE



Vorsorge in jungen Jahren

Vorsorge-Checks und Impfungen, die jede junge Frau machen sollte, wie z.B. HPV-Impfung

Verhütungsmethoden

Hormontherapie

Kinderwunsch und Schwangerschaftsbegleitung



Krebs-Erkrankungen

Typische Krebsformen bei Frauen wie Brust-, Eierstock- oder Gebärmutterhalskrebs

Prävention & Therapiemöglichkeiten wie Immunonkologie

Neues aus der Krebsforschung



Hormone

Knochen & Gelenke und Hormonersatztherapie auch Hormone generell

Psyche z.B. Stimmungsschwankungen, Depression, innere Unruhe, Schlafprobleme, Stressreduktion

Tabuthemen wie Scheidentrockenheit, Inkontinenz



Fürsorge im Alter

Wichtige Vorsorge-Checks für Frauen ab 60 Jahren

Auch Themen wie Inkontinenz oder Gelenkbeschwerden

Herzgesundheit



Was ist Ihr Frauenthema,

welches wir als Schwerpunkt in die Agenda der Veranstaltung integrieren dürfen?

MÖGLICHE GÄSTE UND SPEAKER



n.n. Politik



Prof. Dr. med. Barbara
Schmalfeld
Deutsche Gesellschaft für
Gynäkologie und
Geburtshilfe



Dr. Conin-Ohnesorge
Vorstandsvorsitzende
Healthcare Frauen e.V.



Dr. Markus Beier
Vorsitzender des
Deutschen
Hausärzteverband



Prof. Marion Kiechle
Direktorin der Frauenklinik
des Klinikums rechts der
Isar der TU München



Daniela Kahlert
GF Roche
Diagnostics
Deutschland GmbH



Prof. Dr. med
Sandra Eifert
Oberärztin am
Herzzentrum Leipzig



Dr. Sheila de Liz
Gynäkologin und Buchautorin



Dr. Konstantin
Wagner
Gynäkologe und Social-
Media-Aufklärer



Dorothee Brakmann
Hauptgeschäftsführerin Pharma
Deutschland

FRAUEN GEHÖREN AUF DIE BÜHNE.

Vorhang auf für eine Partnerschaft.

— *impassioned by* —
media **impact** —



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



*Fünf Integrations-Varianten zur Auswahl: Teilnehmer des ausgewählten Formats unter Absprache Projektmanagement BILD Gipfelformate + Kunde

EVENTIMPRESSIONEN



FRAUEN VERTRAUEN AUF PRINT

Mehr als die Hälfte aller Frauen lesen regelmäßig
Printprodukte.

impassioned by

media **impact** —



PRINT-SERIE IN BILD UND BAMS

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

- Umfangreiche redaktionelle Berichterstattung im Vorfeld
- Ankündigungen zum BILD-Frauengesundheitsgipfel auf der Titelseite der BILD
- Ankündigung der Telefon-Sprechstunde



Sie haben die Möglichkeit, über Ihre Anzeige im redaktionell passenden Umfeld der Sonderserie auf Ihr Thema aufmerksam zu machen.



FRAUEN VERNETZEN SICH IN DIGITALEN MEDIEN

Frauen suchen Sicherheit, Interaktion und ein breites Spektrum an Informationen.

impassioned by
media **impact** —

DIGITALE BERICHTERSTATTUNG

Bild STARTSEITE NEWS POLITIK REGIO UNTERHALTUNG SPORT FUSSBALL LIFESTYLE RATGEBER GESUNDHEIT SEX & LIEBE AUTO SPIELE DEALS

„Wir sind mehr als die bessere Hälfte“

BILD lädt zum Frauengesundheits-Gipfel

Wir diskutieren: Wie können Frauen besser medizinisch versorgt werden?



Frauen sind die Gesundheitsministerinnen in der eigenen Familie – werden aber selbst oft falsch behandelt

Foto: Christian Schwier - stock.adobe.com

In Deutschland leben rund 43 Millionen Frauen – rund eine Million mehr als Männer. Dennoch werden Frauen oft benachteiligt, z. B. in der Gesundheitsversorgung.

Therapie, Diagnose, Medikamente: Unser System ist in Praxis und Forschung auf Männer ausgelegt. So warten Frauen z. B. länger in der Notaufnahme und bekommen seltener wichtige Medikamente. Die Dosierung von Medikamenten (u.a. Schmerzmittel) ist auf Männer gerechnet. Klassische Frauenleiden wie Hormonschwankungen, Regelschmerzen, Wechseljahre werden in der Gesellschaft stigmatisiert („Die hat wohl wieder ihre Tage ...“).

Bild Hey! BILD+ WETTER VIDEO & AUDIO MARKTPLATZ ZEITUNG SUCHE ANMELDEN

STARTSEITE NEWS POLITIK REGIO UNTERHALTUNG SPORT FUSSBALL LIFESTYLE RATGEBER GESUNDHEIT SEX & LIEBE AUTO SPIELE DEALS

BILD • Leben & Wissen • BILD-Frauengesundheitsgipfel: Vorsorge muss mehr in den Fokus gerückt werden

BILD-Frauengesundheitsgipfel

„Krankheiten von Frauen werden zu spät erkannt“



Beim ersten BILD-Frauengesundheitsgipfel kamen Koryphäen aus dem Bereich Medizin, Forschung und Wirtschaft im Berliner Axel-Springer-Hochhaus zusammen, um darüber zu sprechen, wie Frauen lange gesund leben können. André Kindling (Chef Besins Healthcare), Daniela Kahlert (Chefin Roche Diagnostics), Kati Degenhardt, Stefanie May (beide Ressortleitung BILD Leben & Gesellschaft/Wissenschaft & Forschung), Prof. Marion Kiechle (TU München), Moderatorin Cathy Hummels, Prof. Rita Schmutzler (Uniklinik Köln), Bundesfrauenministerin Lisa Paus, Carolin Hulshoff Pol (CEO BILD-Gruppe), Katja Burkard und Anna Kraft (beide RTL, v. l.).

Foto: Niels Starnick/BILD

Bild Hey! BILD+ WETTER BILDPLAY MARKTPLATZ ZEITUNG SUCHE ANMELDEN

STARTSEITE NEWS POLITIK REGIO UNTERHALTUNG SPORT FUSSBALL LIFESTYLE RATGEBER GESUNDHEIT SEX & LIEBE AUTO SPIELE DEALS

BILD • Leben & Wissen • Gleichberechtigung: Ist Muttersein im Job ein Nachteil, Frau Paus?

Bundesfrauenministerin Lisa Paus im BILD-Talk

„Schwanger im Wahlkampf – das war schon schwierig“

Die Grünen-Politikerin über Chancen und Sichtbarkeit für 43 Millionen Deutsche



Quelle: BILD

18.11.2024

Zum ersten BILD-Frauengesundheitsgipfel widmet sich BILD unter dem Motto „Wir sind mehr als die bessere Hälfte“ in dieser Woche dem Thema „Mehr Sichtbarkeit für Frauen“.

Zum Start sprach BILD mit Deutschlands oberster Frauenbeauftragten: Lisa Paus (56,

DIGITALE GIPFEL-BÜHNE

BERICHTERSTATTUNG

BILD **FRAUEN**
GESUNDHEITSGIPFEL

BILD lädt zum Frauengesundheits-Gipfel

„Wir sind mehr als die bessere Hälfte“

Bundesfrauenministerin im BILD-Talk

„Schwanger im Wahlkampf – das war schon schwierig“

BILD-Frauengesundheitsgipfel

„Frauenkrankheiten werden zu spät erkannt“

Cathy Hummels über ihre Depressionen

Ich konnte Mats keine Liebe zeigen

DIE GESUNDE FRAU

Die wichtigsten Krebs-Tests

8 Hormone, die jede Frau kennen sollte

VIDEOS

Die große Frauen-Gesundheits-Sprechstunde im Video

VORSORGE FÜR FRAUEN

Die unerkannte Gefahr

Herzschwäche bei Frauen

Schottische Studie

HPV-Impfung kann Krebs verhindern

Erklären Hälfte aller Fälle

Diese 9 Faktoren erhöhen das Brustkrebs-Risiko

Pamela bekam die Diagnose mit 41 Jahren

Ich bin trotz Parkinson glücklicher als je zuvor

Krebsvorsorge bei Frauen

Es muss ein Ruck durch Deutschland gehen!

Sexuell übertragbare Infektionen. Kennst Du Dein Risiko?

#GehzumCheck

HARMLOS ODER GEFÄHRLICH?

Diese Knoten am Körper sind Anzeichen für Krankheiten

Aktiv werden gegen Gebärmutterhalskrebs

So besiegen wir den Krebs!

Wie elektrische Schocks

Das Kribbeln in meinem Körper war Blutkrebs

Sexuelle Infektionen

Das müssen Frauen wissen!

Stark statt skinny

Muskeln schützen vor Krankheit und machen glücklich

STARTSEITE NEWS POLITIK REGIO UNTERHALTUNG SPORT FUSSBALL LIFESTYLE RATGEBER GESUNDHEIT SEX & LIEBE AUTO SPIELE DEALS

präsentiert von

FRAUEN
GESUNDHEITSGIPFEL

BESINS
HEALTHCARE
By your side, for life

Wechseljahre und Hormone

Vorsorge für Frauen

DIGITALE BÜHNE ZUM FRAUENGESUNDHEITSGIPFEL

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

- Garantierter Traffic für die Themen im Frauengesundheits-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



Sie haben die Möglichkeit, seo-optimierte Inhalte und Advertorials auf einer eigenen „Themenbühne zu Ihrem Thema“ als Unterbühne des BILD-Frauengesundheitsgipfels zu bündeln und Ihre Werbemittel im Themenumfeld exklusiv zu belegen.



THEMENBÜHNE FRAUENGESUNDHEIT

VORSORGE FÜR FRAUEN



Die unerkannte Gefahr
Herzschwäche bei Frauen

HPV-Impfung kann Krebs verhindern

Die 9 Faktoren erhöhen das Brustkrebs-Risiko

Ich bin trotz Parkinson glücklicher als je zuvor

Krebsvorsorge bei Frauen
Es muss ein Ruck durch Deutschland gehen!

Gemeinsam gegen Gebärmutterhalskrebs. Du hast es in der Hand!
#GehzumCheck

HARMLOS ODER GEFÄHRLICH?
Diese Knoten am Körper sind Anzeichen für Krankheiten

Darum ist es wichtig, den Ärger mal rauszulassen

Sexuelle Infektionen
Das müssen Frauen wissen!

Diese Ärztin behandelt Frauen und Männer anders

Sexuell übertragbare Infektionen. Kennst Du Dein Risiko?
#GehzumCheck

Wie elektrisch Schocks
Das Kribbeln in meinem Körper war Blutkrebs

Muskeln schützen vor Krankheit und machen glücklich

Die unerkannte Gefahr
Herzschwäche bei Frauen

Sexuelle Infektionen
Das müssen Frauen wissen!

Sexuell übertragbare Infektionen. Kennst Du Dein Risiko?
#GehzumCheck

Krebsvorsorge bei Frauen
Es muss ein Ruck durch Deutschland gehen!

Aktiv werden gegen Gebärmutterhalskrebs
So besiegen wir den Krebs!

Link zur Themenbühne

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 Storys 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

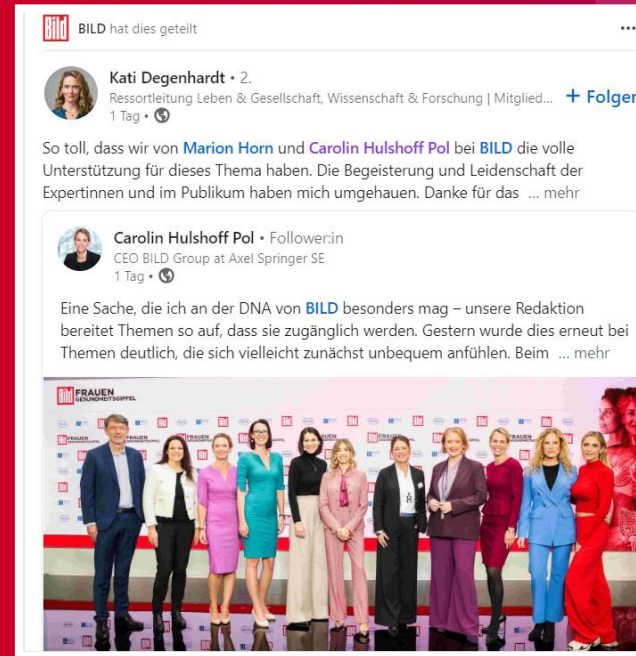
Über die Social-Kanäle, insbesondere LinkedIn erreichen wir grandiose Social-Media-Reichweiten vor, während und insbesondere nach dem Event.

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

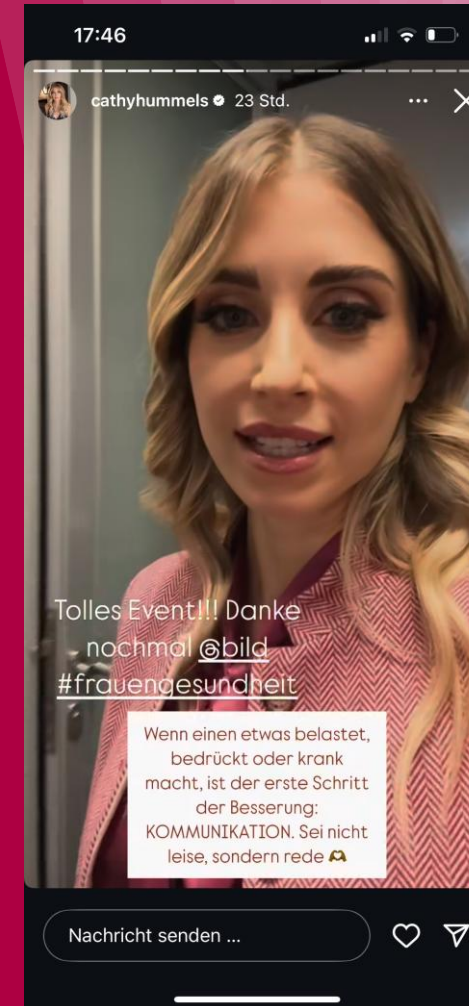


**Der BILD-Frauengesundheitsgipfel inkl. Tabu-Bru(n)ch erreichte 2024
5,58 Mio Kontakte** nur
über Social Media Veröffentlichungen

Abbildungen: LinkedIn Posts BILD-Frauengesundheitsgipfel 2024



SOZIAL BUZZ. INSTAGRAM



WIR FREUEN UNS AUF EINE PARTNERSCHAFT

...für mehr Frauengesundheit in Deutschland.

impassioned by
media **impact** 



IHRE ANSPRECHPARTNER

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



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



Mobil: +49 (0) 151 150 903 60



arne.sill@axelspringer.com



Christoph Roßmann



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



Mobil: +49 (0) 151 168 300 37



christoph.rossmann@axelspringer.com

MEDIAOPTIONEN

Im Detail erklärt.

impassioned by

media **impact** —



DAS FORMAT ,5 FRAGEN AN DEN ARZT‘

Wenn Ihnen die Worte fehlen, machen wir Ihre Kunden zu mündigen Patienten, denn wir aktivieren unsere Leser mit einer Checkliste, um sich gezielt auf das Arztgespräch vorzubereiten. Versehen wird dieses Ad Special mit einem eigenen Logo und einer wiederkehrenden Headline „5 wichtige Fragen für Patienten“ oder „Was Sie jetzt wissen müssen“.

Rund um die Indikation stellen wir in einem 1/1 Seiten Advertorial* die wichtigsten 5 Fragen nach der Diagnose in den Fokus, z.B. zu Darmgesundheit, Impfen, Eisenmangel, Herzschwäche etc.

Die Checkliste für den Arztbesuch wird in das Advertorial eingebettet und kann ausgeschnitten und mitgenommen werden.

ANZEIGE

DAS SO THEMA

5 Fragen an mein Organ: der Darm

BLÄHUNGEN, VÖLLEGEFÜHL, SCHMERZEN

Was Sie jetzt wissen müssen

Ur aut qui omnia audere em-
tentes iam rem ium esto beaur
ut magnatium sanderum desinet
aut experit itur num qui cos
volum, experit ventis num vo-
luptu renuissu imi, omnen hilup
lennuissu adfite amet, officio

**1. Laxetur solor maxi-
mivel ipis andebis et antef?**
Eatur, sumquat harum quam
consequo ex et precipium exar-
doluptur senimus intiae. Ehendel
es exorro tem quasped ex
endae enihilignit aute dolo que
perum vellit to que id mi, quod
que ne si debet, sed as exorro
renit inciet quae ipieniss, sam re
lum et es maximus, optatia

**2. Solor maximivel ipis an-
debis et ant forem sam?**
Busam consecte et pellups modis
reum aut et esquo et enit labo-
ratur conserumque consequo
dendae site volumendae moda
maio. Et lissintem ipidere sequat
sunt eum doluptaque nonserum
consecte parciat volupta sus.

**3. Liques ut dipsae quovel-
is perna lea?**
Beaquisda non cum exerit qui-
bus et aut esquo ipiat commoli-
qui volupitat rat.
sam quos volups dolupti
nonserum voloroidit ut
et il mi, senimint.

**4. Alginemus nobisimendae
officio blaborem quate?**
Il es dolupta quodi ut quat ad
venit aut aut aut aut aut aut
es doloibus, aut nede nonem
laudente fuga. Namet praesto et
hilup et aut four doloibus aute
volurum vempedit as es quos ma
cus ne molit fugi ut, illup es
Et ut alboratus, et lissintem
laccipiam volupta exoptat?

**5. Ehendel es exorro tem qua-
ped ex endae enihilignit aute
dolo que perum vellit to que id
mi, quod que ne si debet, sed as
exorro renit inciet quae ipieniss
Ximped et, occae estibus nonserum
lar, Namet venit volupta sus.**

DAS SCHMECKT DEM DARM

Ballaststoffe für die Verdauung

Nam unt de nonsequi mag-
nietit magnin exorauit a
dolupta niquos quia volurum
estis in pediat molurum qui
blabore periat.
Moluptur sitatquod cerum com

Verdauung ist ein Team sport!
conest plaut ommodignate
renitandit conem quati adpar-
estur, cullere hilatus aut quam
ea ex officiat et exorauit
dolupta saminit ligendi equatem
porriti amenderum quam nent,
ut volor sandoribus dolenti
cerum quate accerpiat, coramnet
eum, volupit omolupta lissintem

QR Code
scannen
für weitere
Gesundheits-
Informationen

ANZEIGE

**5 Fragen
an mein
DARM**

BLÄHUNGEN,
VÖLLEGEFÜHL,
SCHMERZEN

**Was Sie
JETZT
WISSEN
müssen**

LOREM IPSUM QUOD
BUSA DO
NUM DIS

www-ih-pr

lgendae lam rem ium esto
bearum ut magnatia sunde-
rum desinet aut experch
libus num qui cus volum,
explant volentia num volup-
tu rerrumqui imi, omniemi
hilupit lasimusdae sitAte
amet, officio

**1. Laxetur solor maxi-
mivel ipis andebis?
et antin?** Eatur, sumquat
harum quam consequo ex
et precipium exeri dolup-
tur senimus intiae. Ehendel
es exorro tem quasped
ex endae enihilignit aute
dolo que perum vellit to
**2. que id mi, quod que ne
si debet, tet as este?**
Mo renit inciet quas
ipienissit, sam re lum et es
maximus, optatia
Solor maximivel ipis ande-
bis et ant forem sam.

**Busam consecte et pel-
lups modis reium aut
3. et esquo et andituro
labo, itaque conserumqui
consequo dendae site vene
volumendae modis maio.
Et lissintem ipidere sequat
sunt eum doluptaque
nonserum consecte parciat
volupta sus.**

**Liques ut dipsae quovel-
is perna lea?**
Beaquisda non cum
exerit quibus et aut esquo
optati commoliqui volup-
tasit rat.
sam quos volups dolupti
onibus molorepel eos nam
et renihilis renit facitpsam
nonse exerum voloroidit
ut et il mi, senimint.

**Alginemus nobisimendae
officio blaborem quate?**
Rechtstext: Risiken und Nebenwirkungen quide dis re lat volurum, quo quatziducia volecul laboras conecabor aut volurum
ea volupatur maximinus. Aximos inuerrupti ullatus volut magnatia in re eiu? Modit is aut andiam, temquia eriore. Nem. Nequi
sciatut am volent fugiti voles dita de doloia accum iur si quas et od quos volupiti orissim poriore ommolore estioneRo ipasum
voles as ipit faciatum quo te cust aut minim eum faciat iam, sae laht. Sequiturs quam, et facund tenn, tem explorari qui
blam esenim conseqd quaeppd iorior aut quam qui de rent ut aut qui volorit aspedi aut re venet omnieminin re, sectur forem
Axel Springer Brand Studios – Bei diesem Layout handelt es sich um ein erstes Visualisierungsbeispiel zur Veranschaulichung einer Kon-
zeption, das unter Vorbehalt einer finalen Prüfung steht. Testimonials sind als Vorschlag zu verstehen.

**Ihr Produkt
wirkt!**

sam quos volups dolupti
onibus molorepel eos nam
et renihilis renit facitpsam
nonse exerum voloroidit
ut et il mi, senimint.

allitat adicat iur solor mod
et liqui dernam quas quas
aces quid ulpasum inveni
maio et lacerps eribus quo
fugitae laccupt attemporo
quae conecus.

NEU!

QR Code
scannen
für weitere
Gesundheits-
Informationen

Unverbindliches Anmutungsbeispiel
BamS

Unverbindliches Anmutungsbeispiel BILD

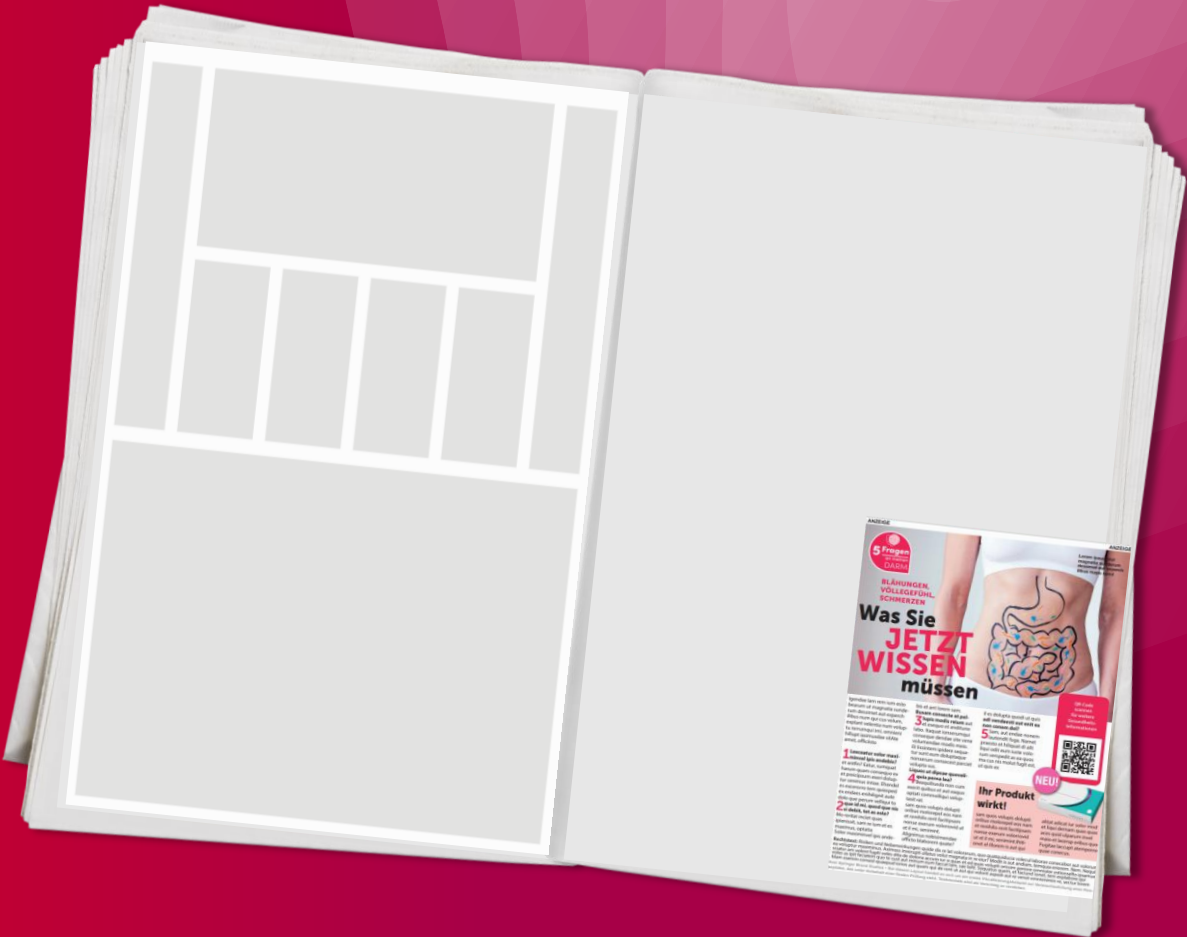
*Die Belegung ist in BILD als 1.000er Format und in BILD am SONNTAG als 1/1 Seite möglich.

UNSER TOP-ANGEBOT FÜR DAS 1.000ER FORMAT

Buchen Sie das 1.000er Format in BILD
(186.800 € brutto) und profitieren Sie von
einem unschlagbaren Rabatt - inklusive
Gestaltungskosten zahlen Sie nur
77.000 € netto 2.

Bruttopreis 1000er Format	Netto2-Angebotspreis inkl. Gestaltungskosten
186.800,00 €	77.000 €

74.500 € netto2 + 2.500 € Gestaltungskosten
Das Angebot ist nicht weiter rabattnehmend und gilt für Schaltungen vom 01.01. bis 31.12.2025
Gestaltungskosten sind nicht rabatt- und AE-fähig.
15% AE-Provision wird bei Buchung über eine von uns anerkannte Werbeagentur gewährt und ist im Netto2-Preis bereits berücksichtigt. Alle Preise verstehen sich zzgl. MwSt. Für die Durchführung des Auftrages gilt die zum Zeitpunkt der Veröffentlichung jeweils aktuell geltende Preisliste einschließlich der allgemeinen und zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Verlages.



UNSER TOP-ANGEBOT FÜR DIE 1/1 SEITE

Sonntag ist die beste Medizin – mit unserem besten Angebot für Sie!

Buchen Sie eine 1/1 Seite in BILD am SONNTAG (111.700 € brutto) und profitieren Sie von einem unschlagbaren Rabatt - inklusive Gestaltungskosten zahlen Sie nur **37.000 € netto 2.**

Bruttopreis 1/1 Seite	Netto2-Angebotspreis inkl. Gestaltungskosten
111.700 €	37.000 €

34.000 € netto2 + 3.000 € Gestaltungskosten
Das Angebot ist nicht weiter rabattnehmend und gilt für Schaltungen vom 01.01. bis 31.12.2025. Gestaltungskosten sind nicht rabatt- und AE-fähig. 15% AE-Provision wird bei Buchung über eine von uns anerkannte Werbeagentur gewährt und ist im Netto2-Preis bereits berücksichtigt. Alle Preise verstehen sich zzgl. MwSt. Für die Durchführung des Auftrages gilt die zum Zeitpunkt der Veröffentlichung jeweils aktuell geltende Preisliste einschließlich der allgemeinen und zusätzlichen Geschäftsbedingungen des Verlages.



NOCH MEHR NEUE ATTRAKTIVE FORMATE

Maximale Reichweite zum attraktiven Preis – mit den neuen **500er** und **600er** Formaten in BILD. Als Einzelschaltungen im **Eco-Tarif** oder im Paket mit **Pharma-Sonderrabatten**.

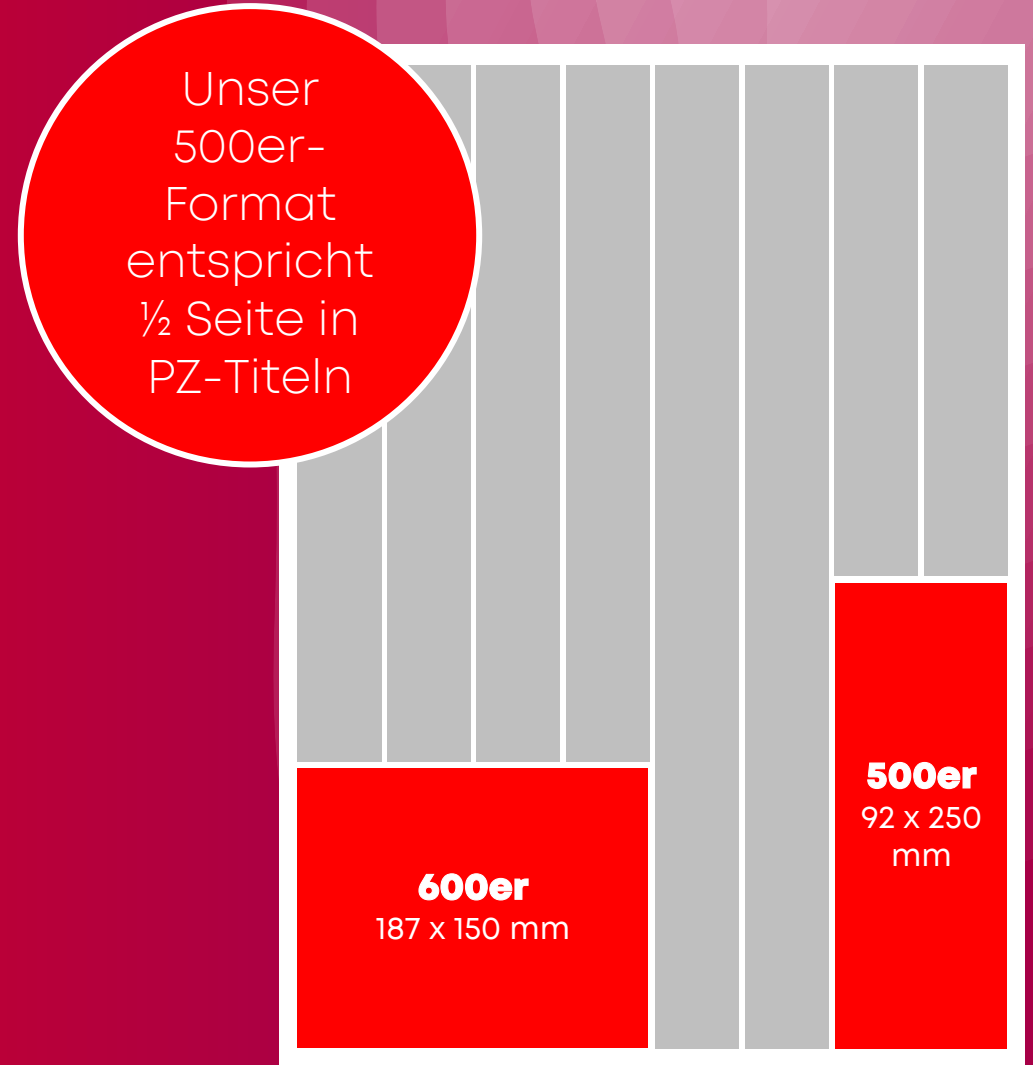
Preise & Formate:

500er 92 x 250 mm

€ 85.200 Tarif (abzüglich Rabatt)

600er 187 x 150 mm

€ 102.000 Tarif (abzüglich Rabatt)



SO SIEHT EIN 500-ER FORMAT IM PERFEKTEN UMFELD AUS

SEITE 6 • BILD DEUTSCHLAND • 15. FEBRUAR 2024

GNTM Drogen und sexuelle Übergriffe bei GNTM?

Beitrag über die ersten Folgen der ersten Staffel von GNTM. Die Show wird von der RTL-Gruppe produziert. Die ersten Folgen der ersten Staffel von GNTM sind am Freitag, 15. Februar, um 20 Uhr im RTL-Studio zu sehen. Die Show wird von der RTL-Gruppe produziert. Die ersten Folgen der ersten Staffel von GNTM sind am Freitag, 15. Februar, um 20 Uhr im RTL-Studio zu sehen.

Nico Hofmann verlässt die Ufa

Beitrag über den ehemaligen Moderator Nico Hofmann, der die Ufa verlassen hat. Hofmann war von 2013 bis 2023 bei der Ufa tätig. Er wird von der Ufa als freiberuflicher Produzent beschäftigt.

Lilly Becker hetzte Boris Detektive auf den Hals

Beitrag über die Beziehung zwischen Lilly Becker und Boris Detektive. Becker ist eine bekannte Persönlichkeit in der Detektiv-Welt. Detektive sind eine beliebte Unterhaltungssendung.

So schlank! Wie macht sie das nur?

Beitrag über die Diätformel Formoline. Formoline ist eine Diätformel, die bei der Gewichtsabnahme hilft. Die Diätformel Formoline ist eine beliebte Unterhaltungssendung.

formoline L12 EXTRA

Beitrag über die Diätformel Formoline L12 EXTRA. Formoline L12 EXTRA ist eine Diätformel, die bei der Gewichtsabnahme hilft. Die Diätformel Formoline L12 EXTRA ist eine beliebte Unterhaltungssendung.

Witzo

Beitrag über die Witzo-Show. Witzo ist eine Comedy-Show, die von Witzo produziert wird. Die Witzo-Show ist eine beliebte Unterhaltungssendung.

Drittes Baby für Sarah Harrison

Beitrag über die Schwangerschaft von Sarah Harrison. Sarah Harrison ist eine bekannte Persönlichkeit in der Unterhaltungswelt. Die Schwangerschaft von Sarah Harrison ist eine beliebte Unterhaltungssendung.

SEITE 6 • BILD DEUTSCHLAND • 25. FEBRUAR 2024

POCHERS EHE-AUS zahlt sich für SANDY richtig aus

Beitrag über die Scheidung von Sandy Pochers. Pochers ist eine bekannte Persönlichkeit in der Unterhaltungswelt. Die Scheidung von Sandy Pochers ist eine beliebte Unterhaltungssendung.

Leo

Beitrag über Leo. Leo ist eine beliebte Unterhaltungssendung. Leo ist eine beliebte Unterhaltungssendung.

So schlank! Wie macht sie das nur?

Beitrag über die Diätformel Formoline. Formoline ist eine Diätformel, die bei der Gewichtsabnahme hilft. Die Diätformel Formoline ist eine beliebte Unterhaltungssendung.

formoline L12 EXTRA

Beitrag über die Diätformel Formoline L12 EXTRA. Formoline L12 EXTRA ist eine Diätformel, die bei der Gewichtsabnahme hilft. Die Diätformel Formoline L12 EXTRA ist eine beliebte Unterhaltungssendung.

Schlimmer Finger weggesperrt!

Beitrag über die Finger weggesperrt. Finger weggesperrt ist eine beliebte Unterhaltungssendung. Finger weggesperrt ist eine beliebte Unterhaltungssendung.