



Das Entscheider-Magazin
für Gesundheitskommunikation

HEALTHCARE MARKETING – Ihre erste Wahl in der Welt der Pharma- und Gesundheitskommunikation!

HEALTHCARE MARKETING ist die führende Medienmarke, wenn es darum geht, die Trends und Entwicklungen in der Pharma- und Gesundheitskommunikation zu verfolgen. Als die Plattform für alle Marktteilnehmer in diesem Bereich geben wir einen umfassenden Überblick über die Branche.

HEALTHCARE MARKETING erreicht ein breites Publikum, insbesondere Marketing-Verantwortliche sowie Brand-, Sales- und PR-Manager in allen Marktsegmenten. Wir bringen die Nachfrage des Gesundheitssektors nach Medien- und Kommunikationsleistungen zusammen und bieten somit das ideale Umfeld, um hochqualifizierte Kontakte und Budgetentscheidungsträger zu erreichen.

Unsere Präsenz erstreckt sich über folgende Kanäle:

Print-Magazin: **HEALTHCARE MARKETING** erscheint monatlich mit einer Print-Ausgabe.

Tagesaktuelle Homepage: Unsere Website healthcaremarketing.eu wird kontinuierlich aktualisiert, um aktuelle Nachrichten aus der Branche zu präsentieren. Hier finden Sie ebenfalls exklusive Online-Inhalte und Beiträge.

Newsletter und Social Media: Wir versorgen die Pharma-Community auch über unseren Newsletter und unsere Social-Media-Präsenz auf LinkedIn mit relevantem Content.

Der redaktionelle Fokus von **HEALTHCARE MARKETING** liegt auf verschiedenen Themen, welche nutzwertig für das tägliche Business sind: Wir berichten über die neuesten Entwicklungen und Erfolgsgeschichten der Pharmaunternehmen, verfolgen Markttrends und geben Einblicke in aktuelle Marktbedingungen, liefern hochrelevante Informationen und Studien sowie Hintergründe zu Agenturen und erfolgreichen Kampagnen, die Gesundheitsthemen effektiv vermitteln. Außerdem wird die Leserschaft über die Digitalisierung der Gesundheitskommunikation sowie Medienplattformen und -Strategien informiert. Abgerundet wird das redaktionelle Angebot mit Branchen-Portraits und Themen zu Karriere.

Vertrauen Sie also auf **HEALTHCARE MARKETING**, um Ihre Botschaften zu kommunizieren und Ihre Zielgruppen zu erreichen. Lassen Sie uns gemeinsam Ihre Marketingziele in der Pharma- und Gesundheitskommunikation erfolgreich angehen!

Empfängeranalyse Print (Stand 1. Oktober 2026)

DIN A4 Format; 11 Ausgaben pro Jahr

In einer Druckauflage von 3.000 Exemplaren wird **HEALTHCARE MARKETING** per Abo und per Controlled Circulation an Kommunikationsentscheider im Gesundheitsmarkt zugestellt:

- 90%** an Entscheider in der Pharma- und Healthcare-Industrie, Markenartikel-Anbieter mit Gesundheitsbezug und Medizintechnik-Hersteller und in den Bereichen Geschäftsführung, Marketing, Produktmanagement, Brandmanagement und Vertrieb
- 5%** an Kliniken, Krankenkassen, Versicherungen, Verbände und Hochschulen
- 3%** an Medien (Fachmedien, Publikumsmedien, Radio, TV etc.)
- 2%** an Dienstleister (Agenturen, Callcenter, Marktforschung)

Empfängeranalyse Online (Stand 1. Oktober 2026)

Leistungswerte Homepage: **38.260** Ø Visits pro Monat
(Stand Okt. 2025 – Okt. 2026, **46.562** Ø Page Impressions pro Monat
Quelle: Google Analytics)

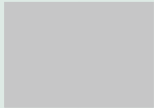
Leistungswerte Newsletter: **3.953** Newsletter-Abonnenten
(Stand 01.10.2026)

LinkedIn Leistungswerte Fokussseite: **3.579** Follower
(Stand 01.10.2026)

Ausgabe	Erscheint am	Themen	Anzeigen- schluss	Druck- unterlagen
1+2/2027	10.02.27	Strategische Planung über alle Kommunikationsdisziplinen	20.01.27	22.01.27
3/2027	10.03.27	Datengetriebenes OTC-Marketing Medfluencer: Einfluss, Vertrauen, Reichweite	17.02.27	19.02.27
4/2027	07.04.27	Innovation braucht Kommunikation: Rx-Therapien in den Markt bringen Außendienst als Orchestrator	17.03.27	19.03.27
5/2027	12.05.27	Sichtbarkeit erzeugen über OOH, DOOH, Apothekenscreens, im Wartezimmer & Co. Prävention & Longevity: Wie die Hersteller Zielgruppen ansprechen	21.04.27	23.04.27
6/2027	14.06.27	Comprix 2027: Kreativität, die Maßstäbe setzt Corporate Design: klassisches Design vs. KI	24.05.27	26.05.27
7/2027	14.07.27	Wie wollen zukünftig Hersteller über Gesundheit sprechen? Die neue Kraft der Patient Advocacy	23.06.27	25.06.27

Ausgabe	Erscheint am	Themen	Anzeigen- schluss	Druck- unterlagen
8/2027	11.08.27	Apotheke & OTC – Point of Care als Markenplattform	22.07.27	24.07.27
9/2027	08.09.27	IA-Med Api-Studie Agenturauswahl: Vom Pitch zur echten Partnerschaft	18.08.27	20.08.27
10/2027	13.10.27	Datenstrategie trifft Arztansprache IA-Pharm Studie IA-Med Onkologie Studie	22.09.27	24.09.27
11/2027	10.11.27	Auf ein Wort: Kommunikationsverantwortliche aus Industrie, Agenturen & Medien Von Suchmaschinen zu KI-Antworten: Die Zukunft der Sichtbarkeit	20.10.27	22.10.27
12/2027	13.12.27	OTC-Wachstumschampions in der Apotheke & Versandhandel 2027	22.11.27	24.11.27
E-Paper	27.01.27	Healthcare Marketing Kreativranking 2026	13.01.27	20.01.27

Änderungen vorbehalten

Werbemittel	Format Satzspiegel	Format Anschnitt	Preis 4c in Euro	Kosten pro Sonderfarbe aus HKS/Pantone
2/1 Advertorial			6.050,-	
1/1 Advertorial			4.100,-	
2/1 Doppelseite		 420 x 297	5.950,-	auf Anfrage
1/1 Seite	 175 x 262	 210 x 297	3.795,-	auf Anfrage
1/2 Seite quer	 175 x 128	 210 x 143	2.775,-	auf Anfrage
1/2 Seite hoch	 87 x 262	 107 x 297	2.775,-	auf Anfrage

Werbemittel	Format Satzspiegel	Format Anschnitt	Preis 4c in Euro	Kosten pro Sonderfarbe aus HKS/Pantone
1/3 Seite quer	 175 x 87	 210 x 103	2.295,-	auf Anfrage
1/3 Seite hoch	 55 x 262	 75 x 297	2.295,-	auf Anfrage
1/4 Seite quer	 175 x 65	 210 x 74	2.125,-	auf Anfrage
Störanzeige 1		 85 x 100	1.020,-	auf Anfrage
Störanzeige 2		 90 x 35	800,-	auf Anfrage

Werbemittel	Format Satzspiegel	Format Anschnitt	Preis 4c in Euro	Kosten pro Sonderfarbe aus HKS/Pantone
U3		 210 x 297	4.150,-	auf Anfrage
U2/U4		 210 x 297	4.600,-	auf Anfrage
Eckfeldanzeige Titel		 65 x 65	1.495,-	auf Anfrage
Beilagen, Durchhefter + Mittelhefter auf Anfrage				

Rabatte* bei Abnahme innerhalb eines Jahres

Malstaffel	3 Anzeigen	2%	6 Anzeigen	4%	9 Anzeigen	8%	11 Anzeigen	12%
Mengenstaffel	3 Seiten	4%	6 Seiten	8%	9 Seiten	12%	11 Seiten	16%

*Nachlässe werden nach der jeweils günstigsten Staffel gegeben.

Sonderformate

Werbemittel	Format	Preis
Fullcover	Das übersieht keiner! Die Auflage wird mit einem zweiten Titelcover versehen, das das eigentliche Cover der aktuellen Ausgabe verdeckt. Das Titellogo bleibt weiterhin bestehen, ansonsten wird das Cover von Ihnen gestaltet. Fullcover beidseitig bedruckt. Des Weiteren wird die 4. Umschlagseite des Originalcovers belegt. Gesamtumfang 5 Seiten	auf Anfrage
Halfcover	Mit dem Halfcover fällt man aus dem Rahmen – nicht aus der Zeitung! Das Halfcover bietet Ihnen eine attraktive Werbefläche, die unübersehbar um die Titelseite platziert ist! - Das Halfcover bedeckt die Vorderseite der HCM zur Hälfte (Halfpage), die Rückseite ganz (Fullpage) - Beidseitig bedruckt - Des Weiteren wird die 4. Umschlagseite des Original Covers belegt - Gesamtumfang 4 Seiten	auf Anfrage
Cover Gatefolder	Vorhang auf für Ihre Anzeige! Das Highlight zu Anfang. Durch die nach rechts ausklappbare Titelseite können Sie auf einer Doppelseite Ihr Produkt perfekt in Szene setzen. Auf Wunsch kann die 2. Umschlagseite dazu gebucht werden.	auf Anfrage
Titelaltarfalz	Ihre Anzeige gehört auf die richtige Bühne und das Cover wird zum Vorhang! Die Titelseite wird mit je einer halben Seite nach links und nach rechts ausgeklappt. In der Innenseite befindet sich Ihre Anzeigenpräsenz (insgesamt 2 Seiten), auf der das zu bewerbende Objekt aufgrund der Größe und der attraktiven Platzierung bestens inszeniert werden kann.	auf Anfrage

Werbemittel	Format	Preis
Altarfalz L	Ihr Auftritt! Die 2. Umschlagseite wird mit einer ganzen Seite nach links aufgeklappt. In der Innenseite befindet sich eine doppelseitige Anzeige. Gesamtumfang 3 Seiten!	auf Anfrage
Altarfalz XL	Megaauftritt zum Start! Die zweite Umschlagseite wird nach links und die Seite 3 nach rechts mit jeweils einer ganzen Seite aufgeklappt. Auf insgesamt 6 Seiten gibt es nun die große Bühne für Ihr Produkt.	auf Anfrage
Titelbanderole quer, eingesteckt in die Anzeige	Ein Griff und der Leser gelangt sofort zur Werbebotschaft! Eine Banderole umgibt das Heft und ist genau dort eingesteckt, wo sich eine weitere von Ihnen im Innenteil gebuchte Anzeige bzw. Advertorial befindet, d. h. das Erste, was der Leser vom Heft sieht, ist Ihre Werbemaßnahme. Sehr aufmerksamkeitsstark.	auf Anfrage
Backcover Gatefolder	Ihr Finale: Sie bilden den krönenden Abschluss des Magazins! Das Schönste zum Schluß. Durch die nach rechts ausklappbare hintere 3. Umschlagseite können Sie auf insgesamt drei Anzeigenseiten Ihr Produkt in Szene setzen. Auf Wunsch kann die 4. Umschlagseite dazu gebucht werden.	auf Anfrage

HEALTHCARE MARKETING Jahrgang: 22/2027

Druckunterlagen:

PDF/X-4 Datei per E-Mail (Farbprofil ISO coated V2 [ECI]).

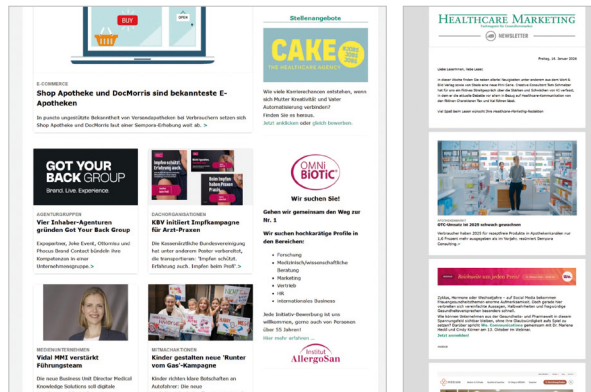
**Beilagen und Einhefter/Einkleber
Lieferanschrift für Beilagen:**

Druck- und Bindeverfahren: Bogenoffset,
 Farbanzeigen Euroskala, Format DIN A4, Rückendraht-Heftung
 sind möglich bis zum Format DIN A4 Preise und Maße nennen wir Ihnen gerne auf Anfrage.
 Lehmann Offsetdruck GmbH, Gutenbergring 73 – 75, 22848 Norderstedt, Fon: +49/40/30 85 80 00 –
 Liefervermerk „HCM Nr. ...“

Bezugspreis:

Jahresabo Basis (Print **oder** Digital) Euro 240,-*, Jahresabo Plus (Print **und** Digital) Euro 299,-*

* (zzgl. Porto und Umsatzsteuer)



Stellenanzeigen Print

Größe	Preis 4c in Euro
1/1 Seite	1.330,-
1/2 Seite hoch/quer	820,-
1/3 Seite quer	575,-
1/4 Seite quer	475,-

Stellenanzeigen sind nicht rabattfähig.

Technische Angaben: PDF/X-4 Datei, Farbprofil: ISO coated V2 (ECI)

Stellenanzeigen Online Homepage

Textanzeige + Logo max. 560 Zeichen	Euro 300,- pro Woche
--	----------------------

Technische Formate: Werbemittel für die Homepage können als gif, png, jpg oder html angeliefert werden. Datenlieferung spätestens 3 Werktage vor Schaltbeginn.

Stellenanzeigen Online Newsletter

Textanzeige + Logo max. 560 Zeichen	Euro 300,- pro Woche
--	----------------------

Technische Formate: Werbemittel für den Newsletter können als gif, png, jpg oder html angeliefert werden. Datenlieferung spätestens 3 Werktage vor Schaltbeginn.

Stellenanzeigen LinkedIn



Textanzeige + Logo max. 560 Zeichen	Euro 300,-
--	------------

LinkedIn nur buchbar in Kombination mit Homepage und /oder Newsletter.

Kombinationen

zwei Plattformen	20% Kombirabatt auf den Gesamtpreis
drei Plattformen	30% Kombirabatt auf den Gesamtpreis
vier Plattformen	40% Kombirabatt auf den Gesamtpreis

Stellengesuche: Preise auf Anfrage

Expertenpositionierung in Print und Online: Die Unternehmenspräsentation bietet die Möglichkeit, Ihr Profil, Ihre Leistungen und Kompetenzschwerpunkte darzustellen. Das Format dient der fachlichen Positionierung innerhalb der Branche. Der Text wird vom buchenden Unternehmen selbst verfasst.

UNTERNEHMENSPRÄSENTATION DIGITAL

Text + Foto + Kontaktkasten mit Logo als fertiges PDF direkt zugelifert

Maximal zwei Korrekturschleifen | Komplette Umsetzung durch unsere Redaktion gegen Aufpreis möglich

Das PDF wird hinter einen ebenfalls fertig zugeliferten Textteaser, max. 420 Zeichen inkl. Leerzeichen, gelegt, welcher aufmerksamkeitsstark im rechten Frame auf der Homepage platziert wird. | Laufzeit 4 Wochen: **Euro 2.425,-**

Weitere Optionen:

- Verlinkung des PDFs: **Euro 280,-**
- Einmaliger LinkedIn-Post: **Euro 650,-**



Homepage

UNTERNEHMENSPRÄSENTATION PRINT

Text + Foto + Kontaktkasten mit Logo fertig zugelifert
1/1 Seite ca. 3.000 – 3.500 Zeichen inkl. Leerzeichen
2/1 Seite ca. 6.000 – 7.000 Zeichen inkl. Leerzeichen

Maximal zwei Korrekturschleifen | Komplette Umsetzung durch unsere Redaktion gegen Aufpreis möglich | 10 Belegexemplare (zzgl. Versand)

1/1 Seite = Euro 1.800,-
2/1 Seite = Euro 2.995,-

Verlängerung auf Online/Homepage gegen Aufpreis möglich:

Hier wird ein PDF des Agentur-/Unternehmensporträts aus der jeweiligen Printausgabe hinter einen Textteaser, max. 420 Zeichen inkl. Leerzeichen, gelegt, welcher aufmerksamkeitsstark im rechten Frame auf der Homepage platziert wird. Laufzeit 4 Wochen: **Euro 2.050,-**

Weitere Optionen:

- Verlinkung des PDFs: **Euro 280,-**
- Einmaliger LinkedIn-Post (nur buchbar, wenn das Porträt online erscheint): **Euro 650,-**



Print

Präsentieren Sie Ihr aktuelles Erfolgsprojekt in der redaktionellen Sonderwerbeform Best Practice von [HEALTHCARE MARKETING](#). Auf zwei Seiten treten Sie als praxiserfahrener Gastautor auf und zeigen anhand eines konkreten Kundenprojekts, wie Sie als Dienstleister eine besondere Herausforderung erfolgreich gelöst haben. Der Kunde und das gemeinsame Projekt müssen dabei namentlich genannt werden.

Ein überzeugender Best Practice lebt von Neuigkeitswert, konkretem Nutzwert und nachweisbaren Ergebnissen. Der Beitrag soll ein erfolgreiches Projekt nicht nur vorstellen, sondern nachvollziehbar machen, wie eine konkrete Herausforderung gelöst wurde und welchen messbaren Erfolg die Maßnahmen erzielt haben.

Dabei gelten folgende Qualitätskriterien:

- **Konkreter Case:** Im Mittelpunkt steht ein reales Kundenprojekt mit einer klar beschriebenen Herausforderung und einer überzeugenden Lösung.
- **Nachvollziehbare Umsetzung:** Die einzelnen Maßnahmen und Arbeitsschritte werden transparent erläutert.
- **Messbare Ergebnisse:** Der Erfolg wird möglichst mit konkreten Kennzahlen belegt – etwa Resonanz, Reichweite oder Abverkaufssteigerung.
- **Kundensicht:** Der Kunde wird namentlich genannt und kann in dem Beitrag selbst zu Wort kommen. Aus seiner unabhängigen Perspektive bewertet er dann die Zusammenarbeit, das Projekt und dessen Ergebnisse.

Das Ergebnis: Hohe Glaubwürdigkeit und nachhaltige Kommunikationswirkung für Ihren Best-Practice-Auftritt!

Online-Modul BEST PRACTICE SHOWROOM

Für die Leser von [healthcaremarketing.eu](#) sind stets alle Best-Practice-Beiträge eine Woche nach Erscheinen des Hefes vollständig und kostenfrei auf unserer Website in der Rubrik Best Practice einsehbar.

Um die Aufmerksamkeit der Leser noch stärker auf Ihr Best Practice zu lenken, bieten wir Ihnen die Möglichkeit, unser Online-Modul Best Practice Showroom in Form eines von uns gestalteten Text-Teasers in unserem Newsletter sowie auf der Homepage zu buchen. Natürlich ist auch die Belegung beider Kanäle möglich.

Darüber hinaus besteht auch die Möglichkeit die Veröffentlichung des Teasers auf der [HEALTHCARE MARKETING](#)-Fokusseite auf LinkedIn mit zu buchen. **Dies ist nur in Kombination mit der Homepage möglich.**

Preis in Euro

Best Practice zwei Seiten + Präsenz auf healthcaremarketing.eu in der Rubrik ‚Best Practice‘	1.550,-
Showroom Teaser Homepage (Laufzeit zwei Wochen)	600,-
Showroom Teaser Newsletter (Laufzeit zwei Wochen)	710,-
Showroom Teaser Homepage + Newsletter (Laufzeit zwei Wochen)	1.095,-
Showroom Teaser LinkedIn (LinkedIn nur buchbar in Kombination mit Homepage und /oder Newsletter)	530,-

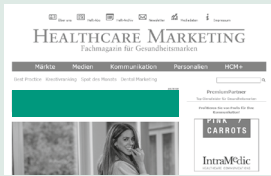
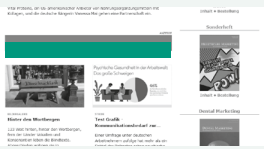
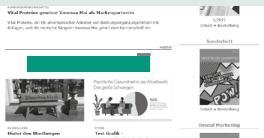


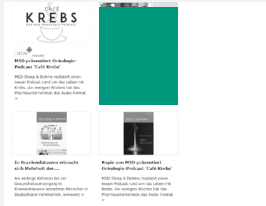
Sonderdrucke auf Anfrage

CHECKLISTE Best Practice

	Das benötigen wir von Ihnen	Wichtige Anmerkungen
Textdaten	• Worddokument mit Fließtext • Pro Seite 3.000 Zeichen inkl. Leerzeichen ohne Bilder	
Textaufbau	• Headline: kurz und knackig (max. 70 bis 80 Zeichen inkl. Leerzeichen) • Ein kurzer Einleitungstext / Teaser • Fließtext durch Zwischenüberschriften auflockern	• Die Headline soll das Interesse des Lesers wecken und zum Lesen des Beitrags animieren • journalistische Schreibweise, d. h. keine werbliche Ansprache der Leserschaft
Bilder	• Formate: jpg, tif, psd, pdf o. ä. • für alle Abbildungen Bildunterschriften mitliefern • für alle Grafiken und Tabellen die Überschriften, Legenden und Quellenangaben mitliefern • Charts und Grafiken werden von uns passend zum Heftdesign (Farbe, Schrift etc.) umgestaltet, der Inhalt bleibt natürlich unverändert	• CYMK, 300 dpi, Größe 100% bei mind. 10 cm (besser 15-20 cm) Breite • eventuelle Schriften in der Bilddatei bitte separat mitliefern oder in die Datei einbinden
Autor	• Der Autor wird im Lead genannt	
Firma	• Die Firma wird am Ende des Textes in einem kleinen Infokasten inklusive Logo vorgestellt	• Bitte kurze Beschreibung der Firma mit Namen des Geschäftsführers, Leistungsportfolio, Mitarbeiterzahl und Umsatz mitliefern • Logo des Unternehmens mitliefern
Daten- lieferung	• Die Datenlieferung muss vier Wochen vor dem Erscheinungstermin der Ausgabe erfolgen	• Max. zwei Korrekturschleifen • Jede weitere Korrekturschleife darüber hinaus ist kostenpflichtig

Online-Anzeigen Homepage (Preisliste 20, gültig ab 1. Januar 2027, Preis pro Woche in Euro zzgl. USt.)

Werbemittel	Position	Spezifikation / Platzierung	Format	Preis pro Woche in Euro
XL-Super-Banner		• Über der Head der Website • Rollover all Sites	1.020x100px	2.025,-
Super-Banner		• Über der Head der Website mittig platziert • Rollover all Sites	960x100px	1.950,-
Top-Banner/Billboard		• Über der Top-News der Website sowie auf allen redaktionellen Unterseiten	630x100px	1.460,-
XL-Banner		• Startseite, durchgezogen über zwei Meldungen, Platzierung bestmöglich • Buchung an bestimmter Stelle/Position = 10% Preisaufschlag • Buchung mit Überhöhe bis max. 80px möglich = 10% Preisaufschlag	630x60px	1.025,-
Banner		• Startseite, mittig über zwei Meldungen, Platzierung bestmöglich • Buchung mit Überhöhe bis max. 80px möglich = 10% Preisaufschlag	468x60px	795,-

Werbemittel	Position	Spezifikation / Platzierung	Format	Preis pro Woche in Euro
Skyscraper		• Rechte Seite außen • Rollover all Sites	160x600px	2.235,-
Sticky-Ad		• Startseite • bestmöglich im redaktionellen Umfeld • Buchung an bestimmter Stelle = 10% Preisaufschlag	300x370px	1.620,-
Textanzeige + Logo/Bild		• Startseite • bestmöglich im redaktionellen Umfeld • Buchung an bestimmter Stelle = 10% Preisaufschlag	max. 200 Zeichen	1.200,-
Textanzeige + Logo/Bild		• Startseite • durchgezogen über zwei Meldungen, • bestmöglich im redaktionellen Umfeld • Buchung an bestimmter Stelle = 10% Preisaufschlag	max. 520 Zeichen	1.560,-

Werbemittel	Position	Spezifikation / Platzierung	Format	Preis pro Woche in Euro
Wallpaper		bestehend aus Skyscraper rechts + links sowie Superbanner		auf Anfrage
Hockeystick		bestehend aus Skyscraper rechts sowie Superbanner		auf Anfrage

Rabatte bei Abnahme innerhalb eines Jahres

ab 5 Wochenschaltungen	3%	ab 30 Wochenschaltungen	12%
ab 10 Wochenschaltungen	6%	ab 40 Wochenschaltungen	15%
ab 20 Wochenschaltungen	9%		

Technische Formate:

Alle Werbemittel für die Homepage können als gif, jpg, png oder html angeliefert werden. Datenlieferung spätestens 3 Werktage vor Schaltbeginn. Weitere Sonderwerbeformen auf Anfrage möglich.

Online-Anzeigen Newsletter (Preisliste 20, gültig seit 1. Januar 2027, Preis pro Woche in Euro zzgl. USt.)

Werbemittel	Position	Spezifikation / Platzierung	Format	Preise pro Woche in Euro
Textanzeige + Logo		• bestmöglich im redaktionellen Umfeld • Buchung an bestimmter Stelle/Position = 10% Preisaufschlag	max. 520 Zeichen	1.635,-
Top-Banner		• Über Head • Buchung mit Überhöhe bis max. 100px möglich = 10% Preisaufschlag	710x60px	2.180,-
Banner I		• an 1. Position • Buchung mit Überhöhe bis max. 100px möglich = 10% Preisaufschlag	630x60px	1.340,-

Werbemittel	Position	Spezifikation / Platzierung	Format	Preise pro Woche in Euro
Banner II		• 2.-4. Position bestmöglich • Buchung an bestimmter Stelle/Position = 10% Preisaufschlag • Buchung mit Überhöhe bis max. 80px möglich = 10% Preisaufschlag	630x60px	1.050,-
Banner III		• 5.-8. Position bestmöglich • Buchung an bestimmter Stelle/Position = 10% Preisaufschlag • Buchung mit Überhöhe bis max. 80px möglich = 10% Preisaufschlag	630x60px	875,-

Rabatte bei Abnahme innerhalb eines Jahres

ab 5 Wochenschaltungen	3%	ab 30 Wochenschaltungen	12%
ab 10 Wochenschaltungen	6%	ab 40 Wochenschaltungen	15%
ab 20 Wochenschaltungen	9%		

Technische Formate:

Alle Werbemittel für den Newsletter können als gif, jpg oder png angeliefert werden. Datenlieferung spätestens 3 Werktage vor Schaltbeginn. Weitere Sonderwerbformen auf Anfrage möglich.

The Fachzeitschrift für Gesundheitsmarketing HEALTHCARE MARKETING

EXKLUSIV NEWSLETTER



**LA-MED API-Studie 2023: Die wichtigsten
Leistungsguiden der Fachpresse in einer Broschüre**
Jetzt kostenlos PDF oder Grafik-Charts downloaden.

Sehr geehrte Damen und Herren,

Insights über eine Zielgruppe und ihr Informationsverhalten sind die Basis für erfolgreiche Kommunikation und den effektiven Einsatz von Media-Titles. Die Arbeitsgemeinschaft LA-MED erstellt diese Daten für die B2B-Kommunikation im Gesundheitswesen regelmäßig, valide und konsequent ausgerichtet an den Standards des ZAW Rahmenschemas für Werbemittelanalysen.

Mit der API-Studie 2023 liegen nun wieder aktuelle, verlässliche und transparente Daten über die medizinische Fachpresse vor, die sich an die niedrigsten gemeinsamen Allgemeinmediziner, Praktiker und Internisten in Deutschland wenden. Sie zwölf Fachblätter finden sich in dieser repräsentativen Studie dem Volumen ihrer Zielgruppe und liefern damit die „harte Währung“ für die Mediaplanung-Rechenformeln.

Aber das detaillierte „Zeigen“ geht noch weiter: In der Leser-Blast-Bindung nehmen die Adressen und Kontakte zur „Anwesenheits“-Zielung, außerdem gibt es Fragen zur Ermittlung von subjektiven Beurteilungskriterien und Implikationen der Titel. Die daraus entstehenden Teildatensätze finden Sie als plausiblen Spinnennetz-Diagramme grafisch aufbereitet in der interaktiven PDF-Broschüre und auch als Grafik-Charts für Ihre Präsentationen zum Download.

Lay-Rechnungen für die API-Zellzahlen und Zeitungen - Welche Titel erreichen meine Zielgruppen?
Leser-Blast-Bindung des Titel - Wie hat meine Praxis?
Differenzierende Titel-Profile als plausiblen Spinnennetz-Grafiken - Wo liegen die Unterschiede?
Informationsquellen - Welche werden genutzt, welche besonders intensiv?
Interaktive Rechen-Check - Was ist relevant bei Target-Gruppeneinstellung?
Abkürzungs-Check - So abkürzt das Herzklopp im Media-PR.



HEALTHCARE MARKETING-Exklusiv-Newsletter

Das ist unsere digitale Sonderwerbeform, durch die Ihre Botschaft als alleinstehender Newsletter direkt an unsere Abonnenten geht:

HEALTHCARE MARKETING übersendet seinen Newsletter-Abonnenten diese einmaligen und als Unternehmensmeldung gekennzeichneten Presented News zu dem von Ihnen gebuchten Zeitpunkt. Dafür bereitet Ihr Team den Nachrichtentext als Word-Dokument vor. Die Meldung kann mit Ihrem Bild, Logo oder Banner noch weiter aufgewertet werden.

Mit der Buchung des HEALTHCARE MARKETING-Exklusiv-Newsletters sprechen Sie unsere 3.953 Newsletter-Abonnenten (Stand 1. Oktober 2026) persönlich an – in perfekter Alleinstellung die Aufmerksamkeit der Leser auf sich lenken.

Preis:

Ihr Buchungspreis ist Performance-orientiert: Wir berechnen Ihnen die aktuelle Reichweite, also die Anzahl der registrierten Empfänger des HEALTHCARE MARKETING-Newsletters zum Zeitpunkt des Versandes, multipliziert mit dem Faktor 0,75.

Technische Vorgaben:

- Textumfang max. 2.000 Zeichen in einem separaten Worddokument
- Logo, Bild und/oder Banner im gif-Format
- Datenlieferung bis 5 Werktage vor Schaltbeginn
- Max. 2 Korrekturschleifen, jede weitere Korrekturschleife ist kostenpflichtig

Native Advertising Homepage Variante 1

Ein von Ihnen geschriebener Beitrag wird in Form eines PDFs hinter eine Textanzeige gelegt. Teaser + PDF sind dann entweder auf der Startseite oder innerhalb einer von Ihnen ausgewählten Rubrik bestmöglich für den Zeitraum von zwei Wochen eingebunden. Sowohl ein fertig gestaltetes PDF des Beitrags, als auch die Textanzeige (Worddokument mit max. 200 Zeichen sowie separat Logo oder Bild) werden von Ihnen geliefert.

Preis Euro 2.890,-

Eine Verlinkung des PDFs zu einer von Ihnen benannten Ziel-URL ist möglich: Euro 180,- Preisaufschlag

Native Advertising Homepage Variante 2

Ein von Ihnen geschriebener Gastbeitrag, welcher in der Printausgabe der **HEALTHCARE MARKETING** veröffentlicht wurde, soll auch die Onlineleser auf healthcaremarketing.de erreichen. Hinter einem von uns gestalteten Textteaser wird der Beitrag aus dem Heft als PDF gelegt und dann entweder auf der Startseite oder innerhalb einer von Ihnen ausgewählten Rubrik bestmöglich für den Zeitraum von zwei Wochen eingebunden.

Preis Euro 3.200,-

Eine Verlinkung des PDFs zu einer von Ihnen benannten Ziel-URL ist möglich: Euro 180,- Preisaufschlag

Einmaliges Posting der Textteaseranzeige auf der LinkedIn-Fokussseite der **HEALTHCARE MARKETING** möglich: Euro 500,- Preisaufschlag

...weil Ihre Texte uns verdient haben

Bei Übersetzungen ist definitiv die erste Wahl die richtige. Ein Lächeln, gute Gespräche und einen überzeugenden Service bekommen Sie dafür gratis.

Warum Sie den Brückenschlag zur Internationalisierung Profis überlassen sollten, erfahren Sie hier.



**REC-SPEZIALIST
Aoki erweitert
Geschäftsleitung**

Jocelyn Kiendörfer wurde bereits Anfang August 2022 in die Geschäftsleitung der Aoki GmbH in Regensburg berufen.

Volker ersch

Die hat nun die viel ist komm Pharm überm Möglic Gespr

Die für Selbst Gesund Komm - Juni - PR-Bi





Warum gute Übersetzungen nicht vom Himmel fallen

und weshalb die Qualifikation der Übersetzer den Unterschied ausmacht

med-translations

...weil Ihre Texte uns verdient haben

Bei Übersetzungen ist definitiv die erste Wahl die richtige. Ein Lächeln, gute Gespräche und einen überzeugenden Service bekommen Sie dafür gratis.

Warum Sie den Brückenschlag zur Internationalisierung Profis überlassen sollten, erfahren Sie hier.

Volker ersch

Die hat nun die viel ist komm Pharm überm Möglic Gespr

Die für Selbst Gesund Komm - Juni - PR-Bi

Native Advertising Newsletter Variante 1

Ein von Ihnen geschriebener Beitrag wird in Form eines PDFs hinter eine Textteaseranzeige gelegt. Teaser + PDF sind dann innerhalb des Newsletters bestmöglich für den Zeitraum von zwei Wochen eingebunden. Sowohl ein fertig gestaltetes PDF des Beitrags, als auch die Textteaseranzeige (Worddokument mit max. 560 Zeichen sowie separat Logo oder Bild) werden von Ihnen geliefert.

Preis Euro 3.320,-

Eine Verlinkung des PDFs zu einer von Ihnen benannten Ziel-URL ist möglich: **Euro 180,- Preisaufschlag**

Native Advertising Newsletter Variante 2

Ein von Ihnen geschriebener Beitrag, welcher in der Printausgabe der **HEALTHCARE MARKETING** veröffentlicht wurde, soll auch unsere Newsletterabonnenten erreichen. Hinter einen von uns gestalteten Textteaser wird der Beitrag aus dem Heft als PDF gelegt und dann innerhalb des Newsletters bestmöglich für den Zeitraum von zwei Wochen eingebunden.

Preis Euro 3.660,-

Eine Verlinkung des PDFs zu einer von Ihnen benannten Ziel-URL ist möglich: **Euro 180,- Preisaufschlag**



Newsletter



Verlinkung

Native Advertising Kombination Homepage + Newsletter Variante 1

Ein von Ihnen geschriebener Beitrag wird in Form eines PDFs hinter eine Textteaseranzeige gelegt. Teaser + PDF sind dann innerhalb der Homepage oder des Newsletters bestmöglich für den Zeitraum von zwei Wochen eingebunden. Sowohl ein fertig gestaltetes PDF des Beitrags, als auch die Textteaseranzeige (Worddokument mit 560 Zeichen sowie separat Logo oder Bild) werden von Ihnen zugestellt.

Preis Euro 4.950,-

Eine Verlinkung des PDFs zu einer von Ihnen benannten Ziel-URL ist möglich: Euro 180,- Preisaufschlag

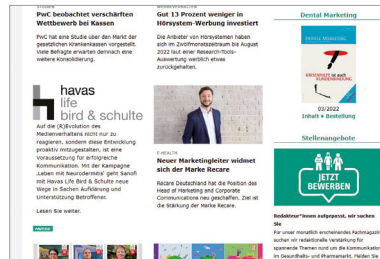
Native Advertising Kombination Homepage + Newsletter Variante 2

Ein von Ihnen geschriebener Beitrag, welcher in der Printausgabe der **HEALTHCARE MARKETING** veröffentlicht wurde, soll auch unsere Leser der Homepage und des Newsletters erreichen. Dazu wird Ihr Beitrag als PDF hinter einen von uns gestalteten Textteaser gelegt und dann innerhalb der Homepage und des Newsletters bestmöglich für den Zeitraum von 2 Wochen eingebunden.

Preis Euro 5.560,-

Eine Verlinkung des PDFs zu einer von Ihnen benannten Ziel-URL ist möglich: Euro 180,- Preisaufschlag

Einmaliges Posting der Textteaseranzeige auf der LinkedIn-Fokussseite der Healthcare Marketing möglich: Euro 500,- Preisaufschlag



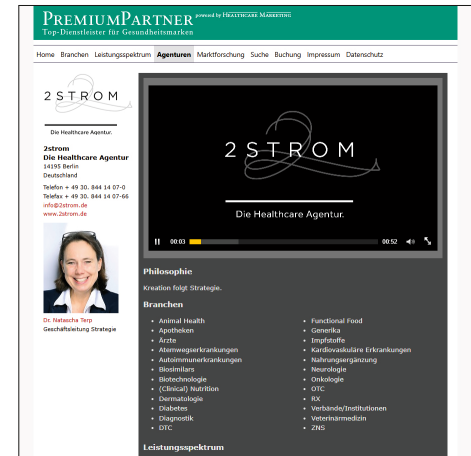
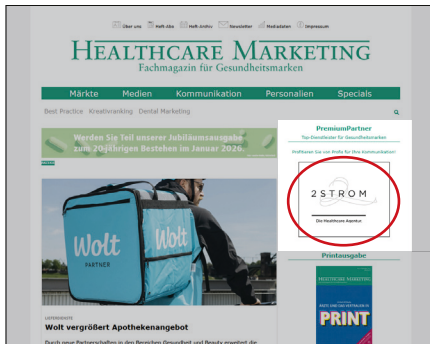
Homepage



Newsletter



Print



Der PremiumPartner Guide auf healthcaremarketing.eu präsentiert Ihre Kompetenzen in besonders ansprechender Form: Entscheider in Pharma-Industrie und Gesundheitsmarketing sehen Ihre Leistungen auf einen Blick, z. B. mit Bewegtbild und abrufbaren Best Cases.

Das sind die Leistungen einer PremiumPartner-Präsenz im Paket:

- Firmenprofil mit Kontaktdaten und Logo
(Das Logo wird auf der Startseite von healthcaremarketing.eu im Wechsel eingeblendet)
- bis zu 3 Abbildungen und/oder ein Video im Flash-Format
- persönlichen Ansprechpartner für Ihre Top-Klienten – gerne mit Foto
- individueller Teaser & Informationen zur Philosophie, Leistungsspektrum, Branchen-Know-how und Referenzen
- leichter gefunden werden durch die integrierte Suchfunktion im PremiumPartner-Guide

Preis für 12 Monate

Euro 990,-

Ihre Ansprechpartner im Verlag

**Herausgeber**

Peter Strahlendorf
Fon +49/40/60 90 09-0
E-Mail: strahlendorf@healthcaremarketing.eu

**Anzeigenleitung/Marketingleitung**

Jörg Luttkau
Fon +49/40/609 009-59
E-Mail: luttkau@healthcaremarketing.eu

**Anzeigendisposition**

Merle Rattunde
Fon +49/40/609 009-56
merle.rattunde@pressefachverlag.de

**Vertriebsleitung**

Angelika Schmidt
Fon +49/40/609 009-65
E-Mail: schmidt@new-business.de

**Redaktion**

Beatrice Monington West
Fon +49/175/416 72 23
E-Mail: monington@new-business.de

**Chefredakteurin**

Anna Jäger
Fon +49/40/609 009-87
E-Mail: jaeger@healthcaremarketing.eu

**Redaktion**

Natascha Przegendza
E-Mail: przegendza@healthcaremarketing.eu

**Redaktion**

Madija Bürkner
Fon +49/40/609 009-76
E-Mail: buerkner@healthcaremarketing.eu

**Redaktion**

Marcel Kodura
Fon +49/40/609 009-94
E-Mail: kodura@healthcaremarketing.eu

**Redaktion/Chefredakteurin Dental Marketing**

Anja Kruse-Anyaegebu
Tel. +49 40 - 609 009-95
kruse@dentalmarketing-magazin.de

Herausgeber: Peter Strahlendorf, Verleger
New Business Verlag GmbH & Co. KG
Nebendahlstraße 16, 22041 Hamburg
(Postfach 70 12 45, 22012 Hamburg)

Fon +49/40/609 009-0
Fax +49/40/609 009-15
healthcaremarketing.eu
info@new-business.de

Bankverbindung
Hamburger Sparkasse: IBAN: DE74 2005 0550 1217
1313 23 BIC/SWIFT: HASPDEHHXXX

Allgemeine Geschäftsbedingungen für Anzeigen und Fremdbeilagen in Zeitungen und Zeitschriften

1. „Anzeigenauftrag“ im Sinn der nachfolgenden Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist der Vertrag über die Veröffentlichung einer oder mehrerer Anzeigen eines Werbungtreibenden oder sonstigen Inserenten in einer Druckschrift zum Zweck der Verbreitung.
2. Anzeigen sind im Zweifel zur Veröffentlichung innerhalb eines Jahres nach Vertragsabschluss abzurufen. Ist im Rahmen eines Abschlusses das Recht zum Abruf einzelner Anzeigen eingeräumt, so ist der Auftrag innerhalb eines Jahres seit Erscheinen der ersten Anzeige abzuwickeln, sofern die erste Anzeige innerhalb der in Satz 1 genannten Frist abgerufen und veröffentlicht wird.
3. Bei Abschlüssen ist der Auftraggeber berechtigt, innerhalb der vereinbarten bzw. der in Ziffer 2 genannten Frist auch über die im Auftrag genannte Anzeigenmenge hinaus weitere Anzeigen abzurufen.
4. Wird ein Auftrag aus Umständen nicht erfüllt, die der Verlag nicht zu vertreten hat, so hat der Auftraggeber, unbeschadet etwaiger weiterer Rechtspflichten, den Unterschied zwischen dem gewährten und dem der tatsächlichen Abnahme entsprechenden Nachlass dem Verlag zu erstatten. Die Erstattung entfällt, wenn die Nichterfüllung auf höherer Gewalt im Risikobereich des Verlages beruht.
5. Bei der Berechnung der Abgabemengen werden Text/Millimeterzeilen dem Preis entsprechend in Anzeigen-Millimetern umgerechnet.
6. Aufträge für Anzeigen und Fremdbeilagen, die erklärtermaßen ausschließlich in bestimmten Nummern, bestimmten Ausgaben oder an bestimmten Plätzen der Druckschrift veröffentlicht werden sollen, müssen so rechtzeitig beim Verlag eingehen, dass dem Auftraggeber noch vor Anzeigenschluss mitgeteilt werden kann, wenn der Auftrag auf diese Weise nicht auszuführen ist. Rubrizierte Anzeigen werden in der jeweiligen Rubrik abgedruckt, ohne dass dies der ausdrücklichen Vereinbarung bedarf.
7. Textteil-Anzeigen sind Anzeigen, die mit mindestens drei Seiten an den Text und nicht an andere Anzeigen angrenzen. Anzeigen, die aufgrund ihrer redaktionellen Gestaltung nicht als Anzeigen erkennbar sind, werden als solche vom Verlag mit dem Wort „Anzeige“ deutlich kenntlich gemacht.
8. Der Verlag behält sich vor, Auftragsaufträge – auch einzelne Abrufe im Rahmen eines Abschlusses – und Beilagenaufträge wegen des Inhalts, der Herkunft oder der technischen Form nach einheitlichen, sachlich gerechtfertigten Grundsätzen des Verlages abzulehnen, wenn deren Inhalt gegen Gesetze oder behördliche Bestimmungen verstößt oder deren Veröffentlichung für den Verlag unzumutbar ist. Dies gilt auch für Aufträge, die bei Geschäftsstellen, Annahmestellen oder Vertretern aufgegeben werden. Beilagenaufträge sind für den Verlag erst nach Vorlage eines Modells der Beilage und derer Billigung bindend. Beilagen, die durch Format oder Aufmachung beim Leser den Eindruck eines Bestandteils der Zeitung oder Zeitschrift erwecken oder Fremdanzeigen enthalten, werden nicht angenommen. Die Ablehnung eines Auftrages wird dem Auftraggeber unverzüglich mitgeteilt.
9. Für die rechtzeitige Lieferung des Anzeigentextes und einwandfreier Druckunterlagen oder der Beilagen ist der Auftraggeber verantwortlich. Für erkennbar ungeeignete oder beschädigte Druckunterlagen fordert der Verlag unverzüglich Ersatz an. Der Verlag gewährleistet die für den belegten Titel übliche Druckqualität im Rahmen der durch die Druckunterlagen gegebenen Möglichkeiten.
10. Der Auftraggeber hat bei ganz oder teilweise unleserlichem, unrichtigem oder unvollständigem Abdruck der Anzeige Anspruch auf Zahlungsminderung oder eine einwandfreie Ersatzanzeige, aber nur in dem Ausmaß, in dem der Zweck der Anzeige beeinträchtigt wurde. Lässt der Verlag eine ihm hierfür gestellte angemessene Frist verstreichen oder ist die Ersatzanzeige erneut nicht einwandfrei, so hat der Auftraggeber ein Recht auf Zahlungsminderung oder Rückgängigmachung des Auftrages. Schadenersatzansprüche aus positiver Forderungsverletzung, Verschulden bei Vertragsabschluss und unerlaubter Handlung sind – auch bei telefonischer Auftragserteilung – ausgeschlossen; Schadenersatzansprüche aus Unmöglichkeit der Leistung und Verzug sind beschränkt auf Ersatz des vorhersehbaren Schadens und auf das für die betreffende Anzeige oder Beilage zu zahlende Entgelt. Dies gilt nicht für Vorsatz und grobe Fahrlässigkeit des Verlegers, seines gesetzlichen Vertreters und seines Erfüllungsgehilfen. Eine Haftung des Verlages für Schäden wegen des Fehlens zugesicherter Eigenschaften bleibt unberührt. Im kaufmännischen Geschäftsverkehr haftet der Verlag darüber hinaus auch nicht für grobe Fahrlässigkeit von Erfüllungsgehilfen; in den übrigen Fällen ist gegenüber Kaufleuten die Haftung für grobe Fahrlässigkeit dem Umfang nach auf den voraussehbaren Schaden bis

zur Höhe des betreffenden Anzeigenentgelts beschränkt. Reklamationen müssen – außer bei nicht offensichtlichen Mängeln – innerhalb von vier Wochen nach Eingang von Rechnung und Beleg geltend gemacht werden.

11. Probeabzüge werden nur auf ausdrücklichen Wunsch geliefert. Der Auftraggeber trägt die Verantwortung für die Richtigkeit der zurückgesandten Probeabzüge. Der Verlag berücksichtigt alle Fehlerkorrekturen, die ihm innerhalb der bei der Übersendung des Probeabzuges gesetzten Frist mitgeteilt werden.
12. Sind keine besonderen Größenvorschriften gegeben, so wird die nach Art der Anzeige übliche, tatsächliche Abdruckhöhe der Berechnung zugrunde gelegt.
13. Falls der Auftraggeber nicht Vorauszahlung leistet, wird die Rechnung sofort, möglichst aber 14 Tage nach Veröffentlichung der Anzeige übersandt. Die Rechnung ist innerhalb der aus der Preisliste ersichtlichen vom Empfang der Rechnung an laufenden Frist zu bezahlen, sofern nicht im einzelnen Fall eine andere Zahlungsfrist oder Vorauszahlung vereinbart ist. Etwaige Nachlässe für vorzeitige Zahlungen werden nach der Preisliste gewährt.
14. Bei Zahlungsverzug oder Stundung werden Zinsen sowie die Einziehungskosten berechnet. Der Verlag kann bei Zahlungsverzug die weitere Ausführung des laufenden Auftrages bis zur Bezahlung zurückstellen und für die restlichen Anzeigen Vorauszahlung verlangen. Bei Vorliegen begründeter Zweifel an der Zahlungsfähigkeit des Auftraggebers ist der Verlag berechtigt, auch während der Laufzeit eines Anzeigenabschlusses das Erscheinen weiterer Anzeigen ohne Rücksicht auf ein ursprünglich vereinbartes Zahlungsziel von der Vorauszahlung des Betrages und von dem Ausgleich offen stehender Rechnungsbeträge abhängig zu machen.
15. Der Verlag liefert mit der Rechnung auf Wunsch einen Anzeigenbeleg. Je nach Art und Umfang des Anzeigenauftrages werden Anzeigenausschnitte, Belegentzettel oder vollständige Belegnummern geliefert. Kann ein Beleg nicht mehr beschafft werden, so tritt an seine Stelle eine rechtsverbindliche Bescheinigung des Verlages über die Veröffentlichung und Verbreitung der Anzeige.
16. Kosten für die Anfertigung bestellter Druckunterlagen und Zeichnungen sowie für vom Auftraggeber gewünschte oder zu vertretende erhebliche Änderungen ursprünglich vereinbarter Ausführungen hat der Auftraggeber zu tragen.
17. Aus einer Auflagenminderung kann bei einem Abschluss über mehrere Anzeigen ein Anspruch auf Preisminderung hergeleitet werden, wenn im Gesamtdurchschnitt des mit der ersten Anzeige beginnenden Insertionsjahres die in der Preisliste oder auf andere Weise genannte durchschnittliche Auflage oder wenn eine Auflage nicht genannt ist – die durchschnittlich verkauften (bei Fachzeitschriften gegebenenfalls die durchschnittlich tatsächlich verbreiteten) Auflage des vergangenen Kalenderjahres unterschritten wird. Eine Auflagenminderung ist nur dann ein zur Preisminderung berechtigter Mangel, wenn sie bei einer Auflage bis zu 50 000 Exemplaren 20 v.H., bei einer Auflage bis zu 100 000 Exemplaren 15 v.H., bei einer Auflage bis zu 500 000 Exemplaren 10 v.H., bei einer Auflage über 500 000 Exemplaren 5 v.H. beträgt. Darüber hinaus sind bei Abschlüssen Preisminderungsansprüche ausgeschlossen, wenn der Verlag dem Auftraggeber von dem Absinken der Auflage so rechtzeitig Kenntnis gegeben hat, dass dieser vor Erscheinen der Anzeige vom Vertrag zurücktreten konnte.
18. Bei Ziffernanzeigen wendet der Verlag für die Verwahrung und rechtzeitige Weitergabe der Angebote die Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns an. Einschreibebriefe und Eilbriefe auf Ziffernanzeigen werden nur auf dem normalen Postweg weitergeleitet. Die Eingänge auf Ziffernanzeigen werden vier Wochen aufbewahrt. Zuschriften, die in dieser Frist nicht abgeholt sind, werden vernichtet. Wertvolle Unterlagen sendet der Verlag zurück, ohne dazu verpflichtet zu sein. Dem Verlag kann einzelvertraglich als Vertreter das Recht eingeräumt werden, die eingehenden Angebote anstelle und im erklärten Interesse des Auftraggebers zu öffnen. Briefe, die das zulässige Format DIN A4 (Gewicht 50 g) überschreiten, sowie Waren, Bücher, Katalogzusendungen und Päckchen sind von der Weiterleitung ausgeschlossen und werden nicht entgegengenommen. Eine Entgegennahme und Weiterleitung kann jedoch ausnahmsweise für den Fall vereinbart werden, dass der Auftraggeber die dabei entstehenden Gebühren/Kosten übernimmt.
19. Druckunterlagen werden nur auf besondere Anforderung an den Auftraggeber zurückgesandt. Bewahrt der Verlag die Werbemittel auf, ohne dazu verpflichtet zu sein, so geschieht dies maximal für drei Monate.
20. Rabattgutschriften und Rabattnachbelastungen erfolgen grundsätzlich erst zum Ende des Insertionsjahres.
21. Platzierungsbestätigungen gelten nur unter Vorbehalt und können aus technischen Gründen geändert werden. In solchen Fällen kann der Verlag nicht haftbar gemacht werden.
22. Erfüllungsort und Gerichtsstand für beide Teile ist Hamburg.



Das Magazin für
Kommunikation und Medien
www.new-business.de



Das Magazin für
Markenführung
www.markenartikel-magazin.de



Das Entscheider-Magazin
für Pharma-Marketing
www.healthcaremarketing.eu



Das Entscheider-Magazin
für Dental Marketing
www.dentalmarketingmagazin.de



Das Magazin für
Content Marketing
www.cp-monitor.de



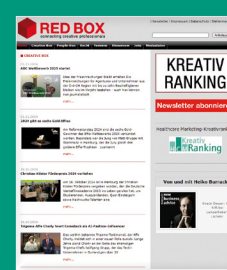
Das Magazin für
Kommunikation im
öffentlichen Sektor
www.publicmarketing.eu



Zeitschrift für Werbung,
Kommunikation und
Markenführung
www.transfer-zeitschrift.net



Zeitschrift für Medien-
management und Kom-
munikationsökonomie
www.medienwirtschaftonline.de



Connecting Creative
Professionals
www.redbox.de