



# MIT HERZ UND HILFSMITTEL

DAS FACHMAGAZIN FÜR DIE SANITÄTSHAUSFACHVERKÄUFERIN

**Wir helfen Menschen,  
die Menschen helfen.**

MEDIADATEN  
**2026**

## Profil

### DAS ERSTE FACH- UND COMMUNITY-MAGAZIN FÜR SANITÄTSHAUSFACHKRÄFTE

**MIT HERZ UND HILFSMITTEL** ist das große Fach- und Community-Magazin für Sanitätshausfachkräfte Deutschlands.

Wir verbinden fachlich fundierte Inhalte mit emotionalen Praxiserzählungen – crossmedial als **Print, E-Paper, Newsletter, Website** und **WhatsApp**. Unser Anspruch: praxisnahe Information, Produktwissen und Community-Stärkung.

Sanitätshausfachverkäuferinnen sind unverzichtbare Wegbegleiter im Gesundheitswesen und die Fachkräfte im Sanitätshaus mit dem deutlich höchsten Kundenkontakt: Sie bringen Menschen in Bewegung, schenken Lebensqualität und haben immer ein offenes Ohr – auch wenn es niemand sieht.

**MIT HERZ UND HILFSMITTEL** ist ihr Sprachrohr, Impulsgeber und Netzwerk. Wir verbinden relevantes Fachwissen und tiefe Produktinfos mit echten Geschichten aus dem Berufsalltag – für ein starkes Wir-Gefühl in der Branche.

Ob digital oder analog – **MIT HERZ UND HILFSMITTEL** ist stets dort, wo die Sanitätshausfachkräfte sind.

**MIT HERZ UND HILFSMITTEL** stärkt Wissen, Wertschätzung und Wir-Gefühl in einer Branche, die mehr Anerkennung verdient. „Wir helfen Menschen, die Menschen helfen.“

Deshalb ist Ihre crossmediale Werbung bei uns besonders wirksam:

- **ZIELGENAU:** Sie erreichen die Menschen, die Produkte empfehlen und verkaufen.
- **VERTRAUEN:** Hohe Glaubwürdigkeit durch journalistische Nähe zur Zielgruppe.
- **MULTICHANNEL:** Kombinierbare Print-, Online- und Newsletter-Formate für maximale Reichweite.
- **STARKER FACHKONTEXT FÜR ANZEIGEN:** Native Formate und Advertorials mit echtem Mehrwert.

## UNSERE THEMEN – FÜR KOPF, HERZ UND HAND:

- **FACHWISSEN:** Kompression, Brustversorgung, Einlagen, Mobilitätshelfer und vielem mehr – verständlich aufbereitet und **direkt aus der Praxis**.
- **TRENDS UND PRODUKTE:** Neues aus der Branche – unabhängig eingeordnet, hochwertig aufbereitet.
- **MENSCH IM MITTELPUNKT:** Porträts, Interviews, Erfahrungsberichte – aus der Community, für die Community.
- **BERUF UND BERUFUNG:** Teamführung, Kundenkommunikation, Motivation, mentale Gesundheit – alles, was den Arbeitsalltag leichter macht.
- **ZUKUNFT GESTALTEN:** Arbeitgeberporträts mit Vorbildcharakter, Best Practices zu Work-Life-Balance, Gesundheitsförderung und mehr.

The image shows several magazine spreads from the publication 'MIT HERZ UND HILFSMITTEL'. The spreads include:

- INHALT** (Table of Contents): Includes sections like AKTUELL, BRUSTVERSORGUNG, KOMPRESSION, PHM, MIT HERZ, PRODUKTNOWS, WEITERBILDUNG, BASISWISSEN TRAINING, BRANCHEN-INTERVIEW, COMMUNITY, EVENTS, FÄLLE DES MONATS, STELLENANZEIGEN, and GEWINNSPIEL.
- BRUSTVERSORGUNG**: Shows a woman in a white tank top and shorts, with a graphic overlay of a torso.
- KOMPRESSION**: Shows a person stretching against a yellow background.
- PHM**: Shows a person in a dynamic pose.
- MIT HERZ**: Shows a person kneeling on the ground.
- PRODUKTNOWS**: Shows two people outdoors.
- WEITERBILDUNG**: Shows a person sitting at a desk.
- BASISWISSEN TRAINING**: Shows a man holding a leg brace.
- BRANCHEN-INTERVIEW**: Shows a man holding a leg brace.
- COMMUNITY**: Shows a person stretching.
- EVENTS**: Shows a person stretching.
- FÄLLE DES MONATS**: Shows two people walking with trekking poles.
- STELLENANZEIGEN**: Shows two people walking with trekking poles.
- GEWINNSPIEL**: Shows two people walking with trekking poles.
- MIT HERZ UND HILFSMITTEL**: Shows a person stretching.

## KENNZAHLEN

- 2-monatlich verkauft Auflage:  
**2.000 Exemplare**
- Direkte Vor-Ort-Verteilung in Pausen- und Beratungsbereichen schafft Sichtbarkeit und gemeinsame Nutzung; fachlich relevante, praxisnahe Inhalte machen das Heft zum nutzwertigen Nachschlagewerk, das über Tage/Wochen im Betrieb bleibt; in den Teams erreicht ein Exemplar so durchschnittlich 6,25 Kolleginnen.
- Reichweite:  
**12.500 Leserinnen und Leser pro Ausgabe**
- Leserstruktur Geschlecht:  
**98,2 % Frauen, 1,8 % Männer**

## STATISTISCHE KENNZAHLEN

Fachmagazine im Sanitätshausbereich

- Durchschnittliche Lesedauer pro Ausgabe:  
**1 Stunde 12 Minuten**
- Heftnutzung: **Durchschnittlich 4,1 Mal wird jede Ausgabe in die Hand genommen**

Kennzahlen sind längst mehr als ein Marketingtool mit therapeutenfreudigem Flair. Moderne Farben präzisieren jedes Jahr neue Kollektionen, die aktuelle Farbtrends aufgreifen und den Kundinnen die Möglichkeit geben, ihre Persönlichkeit zu unterstreichen.

Zum Frühlingtyp, warmer Farbton Costa und Goldfarbenen für den Herbst, klare, kühle Töne für Winterzeit oder sanfte Blau- und Rottöne für Sommerzeit - diese Farbwelten erlauben es, die Stimmung optimal auf Haut, Haar und Stoff abzustimmen. So wird aus einer medizinischen Notwendigkeit ein positives Ausdauerherz.

**DIE ERWEITERTE FARBPALETTE MACHT DIE AUSWAHL ZU EINEM SHOPPING-EVENT**

Viele Kundinnen empfinden eigene typische, warme oder kalte Farben. Wer sich beraten lässt, darf nicht erwarten, dass der Berater die Stimmung und die Farbe mit mehr Freude und Selbstverständlichkeit tragen kann. Ein nicht zu unterschätzender Faktor ist die Therapeuten-Geiste im Sanitätshaus, kann so am Platz eine bauende Eigenschaften und Inhaltsstoffe wie z.B. Vitamin C oder zuckerhaltige Zutaten in das Garn eingearbeitet werden. So bleibt die Kundin besonders empfänglich, trockenheit oder zu irritationsanfälliger Haut eines deutlicher Vorfalls.

Kir werden: Die Verkaufsräume wird zur bewussten Begeisterung, die nicht nur verschönert sondern auch inspiriert. An wenig Übung gelingt es, beim Kunden Blick auf Haut und Haarfarbe den passenden Blaettern zu erkennen. Auf diese folgenden Seiten finden Sie eine detaillierte Beschreibung aller Typen - eine praktische Hilfe, um Hersteller und Modegeföhnl zu verbinden.

Meine Kundinnen freuen sich immer, wenn ich sie über die modernste Verarbeitung informiere. Ich habe ein gutes Gefühl für Typ und Stil entwickelt.

Frische Marken, Sanitätshausmarken, Sondereditionen, bauende Eigenschaften und Inhaltsstoffe wie z.B. Vitamin C oder zuckerhaltige Zutaten in das Garn eingearbeitet werden. So bleibt die Kundin besonders empfänglich, trockenheit oder zu irritationsanfälliger Haut eines deutlicher Vorfalls.

Mit HERZ UND HILFSMITTEL



**BRUSTKREBSVERBUND**

# PHÖNIX AUS DER ASCHE

Erfahrungen mit Brustkrebspatientinnen

Mit HERZ UND HILFSMITTEL

**HERZ UND HILFSMITTEL:** Frau Schuster. Sie arbeiten seit über 20 Jahren im Sanitätsdienst, beschäftigt mit Brustkrebspatientinnen. Sie erzählen die Frauen, die zu Ihnen kommen!

**Gabriele Schuster:** Ich denke, es ist anders, aber eigentlich ist es das gleiche. Der Unterschied ist, in dem sie zu uns kommen, ist oft eine Frau, die ganz unterschiedlich ist. Sie sind noch ganz unverletzt, dann kommt sie nach der Operation. Sie haben sich verändert – so ähnlich und sehr ähnlich. Eine Röntgenaufnahme eines Brustkrebses ist ein Teil von mir geworden und nicht nur körperlich. Solche Sätze geben mir immer sehr Kraft.

**HERZ UND HILFSMITTEL:** Würden Sie mir dieses Gespräch weiterwünschen?

**Gabriele Schuster:** Ich kann nicht vor allem zu: Es geht nicht darum, eine Brustprothese oder eine zweite Wäsche zu kaufen, sondern um die eigene Selbstbild. Ich kann Ihnen sagen, „... ich will mich im Spiegel sehen“ – das ist wichtig. Und darüber anstreiken könnte ich Ihnen, dass mir die Tüpfel kommen. Wenn ich sehe, wie sich im Laufe des Gesprächs die Handlung verändert – von Unterkonversation zu einem freien Lachen – dann weiß ich, warum ich diesen Bereich sehr schätzen.

**HERZ UND HILFSMITTEL:** Gibt es momentane die Ihnen bekanntesten Erinnerungen an Kunden?

**Gabriele Schuster:** Dass sie erkennen, wie stark sie sind, leiden. Närbe ergibt sich von Überzeugung, Vertrautheit. Ich wünsche mir, dass sie wieder einschätzen können, wie wichtig Ihnen ich bin. Ich kann Ihnen dazu ein kleines Stück beibringen kann, damit ist das Schönste an meiner Arbeit.

**HERZ UND HILFSMITTEL:** Vielen Dank für das Gespräch!

mit HERZ UND HILFSMITTEL

**AKTUELLE FARBEN**

FÜR RUND-UND FLAGGESTRICKTE KOMPRESSIONSSTRÜMPFE an aktuellen Farben. Die Hersteller bieten eine variationsreiche Palette und sie den verschiedenen Jahreszeitentypen zugesondert.

**FARBEN FÜR DEN FRÜHJAHRTYP**

- SUNNY YELLOW | JUZO
- SALTED CARAMEL | SIGVARIS
- HOT CHILI | SIGVARIS
- ROSTROT | MEDI
- WILD RED | JUZO
- IRISH GREEN | BAUERFEIND
- LICHTBLAU | MEDI
- ENDLESS GREEN | JUZO

**FARBEN FÜR DEN SOMMERTYP**

- LOVELY ROSE | JUZO
- WILD RED | JUZO
- POWERFUL PINK | SIGVARIS
- FUELER | MEDI
- LICHTBLAU | MEDI
- BBLUEBERRY DREAM | SIGVARIS
- BEAUTIFUL BLUE | JUZO
- IRISH GREEN | BAUERFEIND
- FRESH BASIL | SIGVARIS

**FARBEN FÜR DEN WINTERTYP**

- LOVELY ROSE | JUZO
- HOT CHILI | SIGVARIS
- MEDI MAGENTA | MEDI
- POWERFUL PINK | JUZO
- FRENCH LAVENDER | BAUERFEIND
- BEAUTIFUL BLUE | JUZO
- IRISH GREEN | SIGVARIS
- FRESH BASIL | JUZO

**WISSEN**

## BANDAGEN

**STABILISIEREN, ENTLASTEN, AKTIVIEREN**

**BANDAGEN** kombinieren **KOMPRESSION**, **FÜHRUNG** und **PROPRIOZEPTION**.

Entscheidend sind **INDIKATION** und der passende **STRATEGIE**.

Eine große Kundensatze geht direkt zum Sanitätsdienst. Lernen Sie die häufigsten **PRÄVENTIV-INDIKATIONEN** und die **komplexe und häufige Wundversal**. Lernen Sie, **ROTE FLAGGEN** zu erkennen, bei denen Sie Kunden lieber

„Propriozeption“ = die Spannungshemmung von Gehirn und Körper. Beispiele: Kinnbandagen können durch Intimen Druck und Fixierung weiterarbeiten. Für mehr Stabilität und intensive Konditionierung.

**TOP-5 PRIVAT-INDIKATIONEN**

**ELBESSOHN**  
ZIELE: Durchblutung, Überlastung  
ZIELE: Elastizität der Schultermuskulatur, Schmerzlinderung

**HANDCELENK/DAHMEN**  
ZIELE: Radialisierung, Instabilität, Bewegungsfreiheit  
ZIELE: Radialisierung/Limitierung Schmerzhafte Bewegung

**RÜCKEN/LWS**  
ZIELE: Druckentlastung, Überlastung  
ZIELE: Rumpfextensio, intrabdominaler Druck, Alltagsbelastung

**KHIE**  
ZIELE: Überlastung, Reizzustand, Mäßig Arthrose, Patellofemorale Probleme  
ZIELE: Rumpfextensio, intrabdominaler Druck, Alltagsbelastung

**MESSPUNKTE**

- SPRUNGGELENK: Koordination über Metatarsalen
- KHIE: Umfang unterflöhi Patella
- HANDGELENK: Umfang proximal der Handwurzel
- LWS: Tiefen-/Büchsenmaß-Umfang

**Tipp**

Bei Achsentraining: Rumpfengagement (Stütz/Gehen/Sport) berücksichtigen

**HILFSMITTEL**

**Lendenverstaftabstabilisierungspatrone mit Pezzata**

**Ellenbogenkompressionsbandage mit eingearbeiteter Silikonbeschichtung**

**Handgelenkbandage zur dynamischen Stabilisierung**

**Stabilisierende Kniebandage bei Brechweinen der Kniekehle**

**Springgelenkbandage**

Mit HERZ UND HILFSMITTEL

# THEMENPLAN 2026

AUSGABE	AUSGABE	AUSGABE
<b>1/2026</b>	<b>2/2026</b>	<b>3/2026</b>
<b>AS/DU</b>	<b>AS/DU</b>	<b>AS/DU</b>
26.01.2026	31.03.2026	02.06.2026
<b>ET</b>	<b>ET</b>	<b>ET</b>
03.03.2026	05.05.2026	07.07.2026
<b>TITELTHEMA</b>	<b>TITELTHEMA</b>	<b>TITELTHEMA</b>
<b>KOMPRESSION</b> • Beratung und Verkauf • Mode und Kollektionen • Technik und Anpassung	<b>BRUSTVERSORGUNG</b> • Beratung und Einfühlungsvermögen • Ästhetik und Kollektionen • Ladenbau und Anprobe	<b>RECHT UND ABRECHNUNG E-REZEPT</b> • Politik und Sicherheit • Genehmigung und Prozess • Regelwerk und Abrechnungssoftware
<b>FOKUSTHEMA 1</b>	<b>FOKUSTHEMA 1</b>	<b>FOKUSTHEMA 1</b>
<b>ROLLATOREN UND GEHHILFEN</b> Beratung, Modelle und Auswahl	<b>KOMPRESSION</b> Alltag, Anwendung und Pflege	<b>BANDAGEN</b> Wissen, Fortbildung, Produktkenntnis
<b>FOKUSTHEMA 2</b>	<b>FOKUSTHEMA 2</b>	<b>FOKUSTHEMA 2</b>
<b>EINLAGEN</b> Messtechnik und Passform	<b>GESPRÄCHSFÜHRUNG</b> Beratungskompetenz, Verkaufsgespräch	<b>KOMPRESSION</b> Medizinisches Wissen
<b>FOKUSTHEMA 3</b>	<b>FOKUSTHEMA 3</b>	<b>FOKUSTHEMA 3</b>
<b>RECHT UND ABRECHNUNG</b> Verordnung und Genehmigung	<b>PFLEGEGEHILFSMITTEL</b> Anspruch, Auswahl und Abrechnung	<b>BADEZIMMERHILFEN</b> Auswahl und Beratung
<b>EXTRA</b>	<b>EXTRA</b>	<b>EXTRA</b>
<b>AUSBlick</b> OTWorld 2026	<b>AUSBlick</b> OTWorld 2026: Tipps und Highlights	<b>RÜCKBLICK:</b> OTWorld 2026 <b>AUSBlick:</b> Rehacare 2026

**IN JEDER AUSGABE:** Produktnews • Weiterbildung • Community • Stimmen aus den Filialen • Fall des Monats  
Event • Stellenanzeigen • Training Basiswissen • Ladenbau • Gewinnspiele

# THEMENPLAN 2026/27

AUSGABE	AUSGABE	AUSGABE
<b>4/2026</b>	<b>5/2026</b>	<b>1/2027</b>
AS/DU	AS/DU	AS/DU
04.08.2026	29.09.2026	01.12.2026
ET	ET	ET
08.09.2026	03.11.2026	05.01.2027
TITELTHEMA	TITELTHEMA	TITELTHEMA
<b>INKONTINENZ</b> • Beratung und Vertrauen • Alltag und Anwendung • Mode und Kollektionen	<b>BANDAGEN</b> • Indikation und Beratung • Verkauf und Cross-Selling • Produktwissen und Fortbildung	<b>EINLAGEN</b> • Beratung und Kommunikation • Fußvermessung und Ganganalyse • Messsysteme und Sensorik
<b>FOKUSTHEMA 1</b> <b>KOMPRESSION</b> Basics und Fortbildung	<b>FOKUSTHEMA 1</b> <b>BRUSTVERSORGUNG</b> Fortbildung und Technik	<b>FOKUSTHEMA 1</b> <b>RECHT UND ABRECHNUNG</b> Kostenträger
<b>FOKUSTHEMA 2</b> <b>THERAPIE UND SELBSTHILFE</b> Checklisten, Tipps und Motivation	<b>FOKUSTHEMA 2</b> <b>INKONTINENZ</b> Alltag und Anwendung	<b>FOKUSTHEMA 2</b> <b>KOMPRESSION</b> Beratung und Anwendung
<b>FOKUSTHEMA 3</b> <b>ROLLATOREN UND GEHHILFEN</b> Komfort und Zubehör	<b>FOKUSTHEMA 3</b> <b>MEDIZINTECHNIK</b> Beratung, Modelle und Geräteeinweisung	<b>FOKUSTHEMA 3</b> <b>PFLEGEHEILFSMITTEL</b> Cross-Selling
<b>EXTRA</b> <b>AUSBlick</b> Rehacare 2026: Tipps und Highlights	<b>EXTRA</b> <b>RÜCKBLICK:</b> Rehacare 2026	<b>EXTRA</b> <b>AUSBlick:</b> Expolife in Kassel: Darum lohnt sich der Besuch

**IN JEDER AUSGABE:** Produktnews • Weiterbildung • Community • Stimmen aus den Filialen • Fall des Monats

Event • Stellenanzeigen • Training Basiswissen • Ladenbau • Gewinnspiele

## ANZEIGENPREISE 2026

Größe	Satzspiegel (mm) BxH in mm	Anschnitt (mm) BxH + 3mm Beschnitt rundum	Preis (Euro)
2/1 Seite direkt vor Wunschthema		420 x 297	7.990,-
2/1 Seite		420 x 297	6.890,-
1/1 Seite	174 x 252	210 x 297	3.890,-
1/1 U2		210 x 297	4.350,-
1/1 U3		210 x 297	4.130,-
1/1 U4		210 x 297	4.240,-
1/2 hoch 1/2 quer	84,5 x 252 174 x 123,5	105 x 297 210 x 149	2.065,-
1/3 hoch 1/3 quer	55 x 252 174 x 84	70 x 297 210 x 100	1.450,-
1/4 hoch 1/4 quer	45 x 252 174 x 64	52 x 297 210 x 74	1.135,-
1/8 hoch 1/8 quer	55 x 123,5 84,5 x 60	52 x 145 100 x 74	590,-

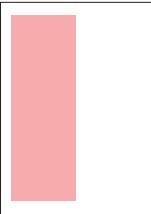
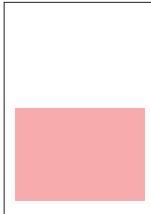
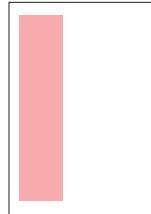
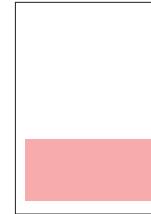
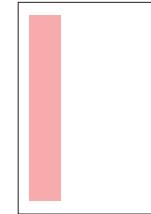
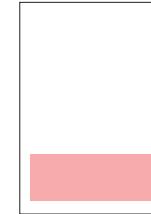
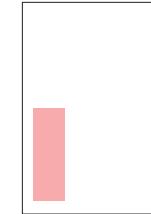
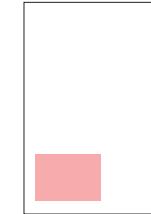
Platzierungswünsche auf Anfrage und mit einem Aufschlag von 10% auf den regulären Anzeigenpreis.

Rabatte (pro Kalenderjahr): ab 3 AZ = 5 %, ab 6 AZ = 10 % | Alle Preise zzgl. MwSt.

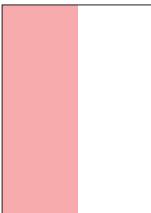
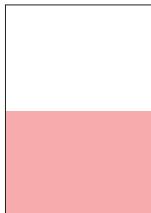
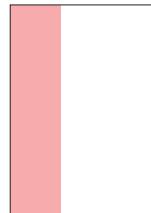
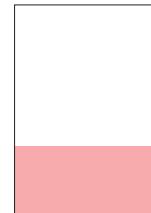
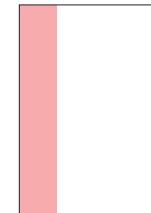
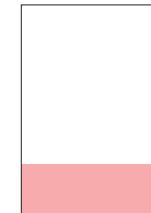
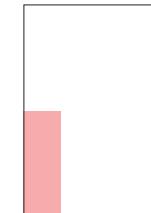
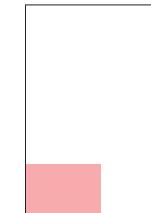
Für alle Anzeigenbuchungen gelten die Anzeigen-AGB des Hilfsmittelverlags. Den vollständigen Wortlaut finden Sie hier: [www.hilfsmittelverlag.de/agb](http://www.hilfsmittelverlag.de/agb)

# ÜBERBLICK FORMATE

## SATZSPIEGEL

							
1/2 hoch 90 x 260	1/2 quer 180 x 130	1/3 hoch 60 x 260	1/3 quer 180 x 87	1/4 hoch 45 x 260	1/4 quer 180 x 65	1/8 hoch 45 x 125	1/8 quer 85 x 65

## ANSCHNITT

							
1/2 hoch 105 x 297	1/2 quer 210 x 149	1/3 hoch 70 x 297	1/3 quer 210 x 100	1/4 hoch 52 x 297	1/4 quer 210 x 74	1/8 hoch 52 x 145	1/8 quer 100 x 74

## TECHNISCHE VORGABEN PRINTANZEIGEN

**FARBEN:** Alle Bilddaten im **CMYK-Modus** anliefern oder vorher in CMYK umwandeln.  
**Schmuckfarben (Spot/»Pantone«)** sind nicht erlaubt.

**AUFLÖSUNG:** Bilder **300 dpi** in Endgröße.

**SCHWARZER TEXT:** als reines Schwarz **C0 M0 Y0 K100**.

**GRAUER TEXT:** nur unbunt über den K-Kanal; **C0 M0 Y0 K ≤ 84,9 %**  
(K-Werte zwischen 84,9 % und 100 % sind für grauen Text nicht zulässig).

**DRUCKDATEIEN:** Standard: **Composite-PDF** (PDF/X-3, PDF/X-1a oder PDF/X-4) mit eindeutiger **OutputIntent**. Ohne farbverbindlichen Proof übernehmen wir keine Gewähr für Farb-/Sachrichtigkeit (Reklamationsausschluss).

**BESCHNITT UND SICHERHEITSABSTAND:** Beschnittzugabe **3 mm** an allen Seiten.  
Bei Anschnitt: **Text- und Bildelemente mindestens 8 mm** vom Anschnitt/Trim entfernt platzieren.

**SKALIERUNG:** Aus produktionstechnischen Gründen behalten wir uns vor, Anzeigen (umfangsabhängig) **unproportional bis max. 5 %** zu skalieren.

**DATENANLIEFERUNG:** Nur per E-Mail an **druckdaten@hilfsmittelverlag.de**

## SONDERWERBEFORMATE

### BEILAGEN PRINTAUSGABE

Einhefter 2-seitig **A**

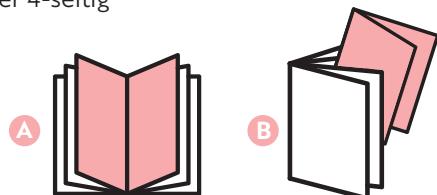
Einhefter/Durchhefter 4-seitig

Lose Einlage **B**

**PREIS:**

4.280 €\*

(bis max. 50g)



\*zzgl. Handlingkosten, die vom Umfang der Beilage abhängig sind

### MESSE-HIGHLIGHT

Präsentieren Sie Ihre Produktneuheiten gezielt in Ausgaben mit Messe- und Veranstaltungsberichten (vgl. Themenplan S. 6–7). Wir setzen Ihre Innovationen als gestaltete Highlight-Seiten in Szene und betten sie redaktionell in den Messekontext ein – themen- und zeitnah, mit hoher Sichtbarkeit bei Entscheiderinnen und Fachkräften.

**PREIS:** Premium Event-Special (2-seitiger Bericht): 7.990,- €  
Standard-Highlight (1/1, redaktionelle Aufbereitung): 4.350,- €  
Basic-Highlight (1/2, redaktionell gestaltet): 2.310,- €

**Zusatzaoptionen (auf Anfrage):** zusätzliche Newsletter-Nennung und/oder Website-Landingpage

### CONTENTMARKETING CROSSMEDIAL

Präsentieren Sie Ihre Informationen und Materialien direkt im Umfeld unserer Plattformen und erreichen Sie so die Fachöffentlichkeit der Sanitätshäuser punktgenau.

Ihre Inhalte erscheinen im redaktionellen Look und Feel von **MIT HERZ UND HILFSMITTEL** – auf Website, Newsletter, WhatsApp-Channel sowie halbseitigem Print-Hinweis – und fügen sich thematisch nahtlos ein.

**PREIS:** 2.500 €

### STELLENANZEIGEN CROSSMEDIAL

Der Stellenmarkt von **MIT HERZ UND HILFSMITTEL** ist die große Jobbörse für Sanitätshausfachverkäuferinnen aller Ebenen Deutschlands – egal, ob Azubi, Quereinsteiger oder erfahrene Fachkraft. Ihre Stellenanzeige erscheint in der Rubrik „Stellenangebote“ der Printausgabe, wird 30 Tage lang auf unserer Website (Startseite und Job-Rubrik) präsentiert und zusätzlich zweimal im Newsletter ausgespielt; für maximale Sichtbarkeit und eine hohe Trefferqualität.

**PREIS:** 1.800 €

## WEBSITE herzundhilfsmittel.de

Unsere hybride Website verbindet redaktionelle Tiefe und Servicefunktionen mit dem Fachmagazin **MIT HERZ UND HILFSMITTEL** und erreicht damit gezielt Sanitätshausfachkräfte im DACH-Raum.

Nutzen Sie das glaubwürdige Umfeld für native Inhalte, Advertorials oder kombinierte Kampagnen mit Newsletter, E-Learning und WhatsApp – so platzieren Sie Ihre Botschaften kontextgerecht dort, wo Entscheiderinnen aufmerksam sind und mit hoher Reichweite reagieren.



## BANNER

### FORMATE UND PREISE

#### • DISRUPTOR

400 € / 4 WOCHEN  
728x90 px (Desktop)  
300x150 px (Mobil)

#### • MEDIUM RECTANGLE

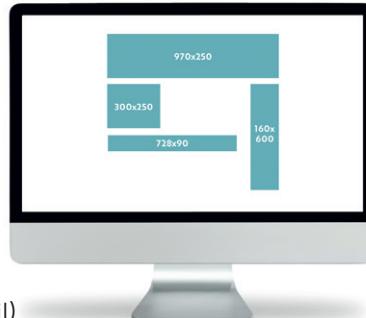
400 € / 4 WOCHEN  
300x250 px (Desktop/Mobil)

#### • BILLBOARD

520 € / 4 WOCHEN  
970x250 px (Desktop) / 300x150 px (Mobil)

#### • SKYSCRAPER

320 € / 4 WOCHEN  
160x600 px (nur auf Desktop sichtbar)



### RABATTE & LAUFZEITKONDITIONEN

RABATTE: 3x Buchung (gleiches Format): -10 % auf Gesamtpreis.  
6x Buchung: -20 % auf Gesamtpreis

DATEIFORMATE: GIF / JPG / PNG /

## PREMIUM-PAKETE – CROSSMEDIA

#### • ARBEITGEBER-DES-MONATS

4.500 €  
Crossmediales Premiumpaket mit halbseitiger Printanzeige, eigener Landingpage (30 Tage), Online-Advertorial, Startseiten-Teaser sowie Newsletter-Integration. Ideal zur Arbeitgeberpositionierung und Reichweitensteigerung.

#### • CHANGE-IM-FOKUS

3.200 €  
Kompaktes crossmediales Paket mit halbseitiger Printanzeige, Online-Fachartikel, 30 Tagen Website-Präsenz und Newsletter-Verlinkung. Optimal für Beratungs-, Trainings- und Veränderungsthemen.

# LANDINGPAGES, EVENTS UND STELLENANZEIGEN

## • DELUXE-LANDINGPAGE

(30 Tage) 6.000 €

Individuelle Produkt- oder Kampagnen-Landingpage (30 Tage) im Look & Feel von **MIT HERZ UND HILFSMITTEL**, inkl. Newsletter-Teaser und Banner-Support zur Traffic-Generierung

## • EVENT-KALENDER

(30 Tage) 1.200 €

Eintrag im Event-Kalender, sichtbar auf der Startseite, in der Seitenleiste sowie in jeder Newsletter-Ausgabe (Kalender ist permanenter Bestandteil des Newsletters).

## • STELLENANZEIGEN CROSSEMDIAL

(30 Tage) 1.800 €

Crossmediale Stellenanzeige mit Eintrag in der Print-Rubrik "Stellenangebote", Sichtbarkeit auf der Startseite, in der Job-Rubrik sowie 2x im Newsletter; ideal zur gezielten Fachkräfte-ansprache im Sanitätshaus-Umfeld.

# NEWSLETTER

## FORMATS UND PREISE

### • BANNER IM NEWSLETTER

PREIS PRO AUSSENDUNG: 600 €

300×255 px; Platzierung nach Begrüßungstext und erster Linkliste.

### • TEXTANZEIGE

PREIS PRO AUSSENDUNG: 600 €

Dachzeile, Titel, Bild (250×200 px), Teaser, CTA; alle Elemente verlinkt, Klicktracking inklusive

### • EIGENE NACHRICHT (PREMIUM)

PREIS PRO AUSSENDUNG: 1.000 €

Premium-Slot zwischen redaktionellen Meldungen; ideal für Produktlaunches & Events.

## RABATTE & LAUFZEITKONDITIONEN

MINDESTLAUFZEIT: 2 Aussendungen

RABATTE:

ab 4 Aussendungen: 10 % Rabatt,

8 Aussendungen: 15 % Rabatt,

Ganzjahresbuchung auf Anfrage



# KONTAKT

## Hilfsmittelverlag GmbH

Flurstraße 6

07586 Kraftsdorf

## TEAM



**Martin Rutemöller**

Leitung Anzeigenmanagement

Telefon: (0)179-6896-570

Mail: mr@hilfsmittelverlag.de



**Peter Carqueville**

Chefredakteur

Telefon: (0)151-4434-5620

Mail: pc@hilfsmittelverlag.de



**Christian Sujata**

Chef vom Dienst

Telefon: (0)234-54475-123

Mail: cs@hilfsmittelverlag.de