

Zielgruppe jeder personalisierten Ausgabe von BESTSELLER sind Entscheider und Mitentscheider in den deutschen Krankenhäusern, denen das Magazin per Infopost direkt zugestellt wird.

# BESTSELLER

## für Krankenhaus+Klinik

### ZIELGRUPPE

Die Beschaffung von Gütern, Produkten oder Dienstleistungen wird immer ausschlaggebender für den wirtschaftlichen Erfolg von Krankenhäusern. Jeder Bedarf ist aber anders. Wichtig ist es genau den Anbieter zu finden, der die spezifischen Anforderungen in allen Details möglichst hoch abdeckt.

### USP

**Genau hier setzt BESTSELLER an:**  
BESTSELLER ist ein Magazin das ganz direkt, weil personalisiert per Infopost, an über 10.000 Entscheider und Mitentscheider in Krankenhäusern und Kliniken versendet wird. In jeder Ausgabe präsentieren Anbieter Advertorials zu zentralen Themen: Auf jeweils einer Doppelseite werden Nutzen und Mehrwert des Angebotes in Wort und Bild so umgesetzt, dass der Leser vom Interessenten zum bestens vorinformierten Nachfrager wird und bei Bedarf direkt in Anfrage- bzw. Kaufverhandlungen einsteigen kann.  
Content Marketing in Bestform – auch weil Entscheider Print bevorzugen (LAE 2013/14).  
Pro Ausgabe wird jeder Themenbereich mit nur einem Top-Anbieter bzw. mit signifikant unterschiedlichen Lösungsansätzen branchengleicher Anbieter belegt.

### BONUS

BESTSELLER wird mit allen Advertorials unter [www.bestseller-krankenhaus.de](http://www.bestseller-krankenhaus.de) auch online gestellt als interaktive PDF mit weiterführenden Zusatz-Features:

- blätterbarem Slidereffekt
- verlinktes Inhaltsverzeichnis
- eingebettete Produkt-Videos
- stufenlose Zoomfunktion
- intelligente Volltextsuche
- Website- und E-Mail-Verlinkung

### THEMENSCHWERPUNKTE 2015

Für 2015 sind Ausgabenschwerpunkte geplant. Diese können aber durch Advertorials mit abweichenden Themen beliebig ergänzt werden.

Ausgabe	Themenschwerpunkt
01/2015	Nachlese Medica, Medizintechnik
03/2015	Bauen, Einrichten, Ausstatten
05/2015	Reinigung, Desinfektion, Hygiene
07/2015	Planung, IT, Kommunikationstechnik
09/2015	Ernährung, Verpflegungsmanagement
<b>11/2015</b>	<b>MEDICA*</b>

Media-Infos: Stand 01. Dezember 2014

# MEDIA-INFOS

### ■ Reichweite/Verbreitung

- 10.181 personalisiert an Entscheider von
- 2.888 Krankenhäusern, Kliniken, Rehakliniken
- 150 größten Trägern  
Geschäftsführer, Ärztl. Leiter / Leiter Verwaltung, Pflege, Medizintechnik, Technik & Bau, Einkauf, Personal, EDV / Beauftragte für Qualität, Hygiene, Umwelt
- 117 Architekten AKG im BDA
- 357 Verkaufsleiter Bestseller

### ■ Termine 2015

Ausgabe	Erscheinungstermin	Anmeldeschluss
01/2015	26. Jan 2015	12. Jan 2015
03/2015	16. Mär 2015	02. Mär 2015
05/2015	18. Mai 2015	04. Mai 2015
07/2015	20. Juli 2015	06. Juli 2015
09/2015	14. Sep 2015	31. Aug 2015
<b>11/2015</b>	<b>02. Nov 2015</b>	<b>19. Okt 2015</b>

Unterlagen (Text und Bild in digitaler Form) sollten spätestens zum Anmeldeschluss vorliegen

### ■ Preise

Doppelseite EUR 3.150 (zzgl MwSt.)  
inkl. redaktioneller/grafischer Überarbeitung, Seitenaufbau und Verlinkungen online

### ■ Rabatte

bei Abnahme innerhalb eines Erscheinungsjahres

- 2 Advertorials 5%
- 3 Advertorials 10%
- 4 Advertorials 15%
- 5 Advertorials 20%
- 6 Advertorials 25%

### ■ Technische Daten/Druckdaten

- Magazin-Format: Doppelseite 380 x 260 mm
- Satzspiegel: 155 x 225 mm / 2-spaltig
- PDF (Bilder mit mind. 300 dpi)
- EPS (mit Schriften in Pfaden)
- TIFF (in CMYK mit mind. 300 dpi)

### ■ Kontakt/Datenanlieferung

- per Datenträger oder E-Mail  
Meggie Hönig · Tel. 0511 28357-13  
[bestseller@prosell-hannover.de](mailto:bestseller@prosell-hannover.de)

# BESTSELLER

## für Krankenhaus+Klinik

Ein Advertorial-Magazin der  
ProSell! Werbeagentur GmbH  
Dragonerstraße 34 · 30163 Hannover  
[www.prosell-hannover.de](http://www.prosell-hannover.de)