

# Health 2015

9. Jg.

Gedruckt + E-Magazin + Web

Digitale Version: Erweitert um multimediale Inhalte und Funktionen – ideal zum mobilen Lesen!



Erscheinungstermin  
Anzeigenschluss

31. Oktober 2015  
19. Oktober 2015

# Health 2015

Kompetenz in Life Sciences. Seit 1999.

Eine Initiative von

GoingPublic  
Magazin

VentureCapital  
Magazin

- Erscheinungstermin:** 31. Oktober 2015 (zu Medica & BIO-Europe)
- Heftumfang:** ca. 64 Seiten
- Auflage:** 5.000 Exemplare
- Zielgruppe/Leser:** Investoren (institutionelle und private, Venture-Capital-Gesellschaften, Business Angels), Entrepreneur, Start-ups, börsennotierte und etablierte nicht-börsennotierte Unternehmen; Biotech-Community (Bio Regionen, Businessplan-Wettbewerbe, Forschungseinrichtungen und Universitäten, Pharma-Industrie, Patentanwälte), Financial Community (Analysten, Investmentbanker, Rechtsanwälte, Unternehmens- und M&A-Berater, Steuerberater, Wirtschaftsprüfer); Politiker, Wissenschaftler, Verbände und Organisationen sowie die Gesundheitsbranche allgemein (Ärzte, Kliniken, Pflegeeinrichtungen)
- E-Magazin:** Zusatzverbreitung als kostenfreies E-Magazin, Bewerbung u.a. über den monatlichen Newsletter „LifeSciencesUpdate“, Netzwerke, Verbände, Partner der Ausgabe sowie [www.goingpublic.de/lifesciences](http://www.goingpublic.de/lifesciences)
- Verbreitung:** Die Distribution erfolgt über den monatlichen Bezieherkreis des GoingPublic Magazins und die Abonnenten des VentureCapital Magazins. Darüber hinaus werden Sonderauflagen über Kooperationen mit Multiplikatoren wie Verbänden und Netzwerken (z.B. vfa bio, BPI, BIO Deutschland, ADT Bundesverband Deutscher Innovations-, Technologie- und Gründerzentren, VDI Technologies of Life Sciences, BVMed, Forum Medtech Pharma), führenden auf Life Sciences fokussierten Venture-Capital-Gesellschaften und ihren Portfoliounternehmen, Gründern und Teilnehmern an Businessplan-Wettbewerben (u.a. Science4Life), börsennotierten und etablierten nicht-börsennotierten Unternehmen und Förderbanken sowie Universitäten. Ferner wird zur optimalen Distribution der Ausgabe „Health 2015“ die Zusammenarbeit mit Messen und Konferenzen mit dem Fokus auf das Thema Gesundheit gesucht (BIO-Europe, Medica 2015, Altenpflege 2016, conhIT, MEDTEC Europe, 21. Handelsblatt Jahrestagung Pharma 2016).

9. Jg.



# Hintergrund und Ziele

Die Ausgabe „Health 2015“ widmet sich dem **Wachstumsmarkt Gesundheit und Pflege**. Im Jahr 2013 wurden insgesamt 315 Mrd. EUR für Gesundheit in Deutschland ausgegeben. Tendenz steigend.

Motor und Innovationstreiber der Gesundheitswirtschaft sind die Branchen der Gesundheitsindustrie **Pharma, Medizintechnik, Biotechnologie und Telemedizin**. Aufgrund der demographischen Entwicklung wird für die Gesundheitsindustrie sowie für die **klassischen Gesundheitsdienstleistungen** (stationäre und ambulante Versorgung und Pflege) nachhaltiges Wachstum prognostiziert.

Das Gesundheitssystem befindet sich in einem rasanten Umbruch. Welche gesetzlichen Reformen spielen künftig eine Rolle? Wie finanzieren sich die Unternehmen der Gesundheitswirtschaft und welchen Herausforderungen wird sich die Industrie stellen müssen? Gesundheit – unser höchstes Gut – bietet auch attraktive Investitionsmöglichkeiten!

Auf den Säulen **Technologie – Finanzierung – Investment** aufbauend berichtet die Ausgabe fundiert über die aktuellen Trends **im weltweiten Markt sowie nationalen Gesundheitsdienstleistern und -konzernen**.

---

## Inhaltliche Schwerpunkte 2015

### Märkte & Technologien

#### Public Health

- ◆ Patient 3.0 – der Patient als Partner
- ◆ Mental Health (Stress, Demenz)
- ◆ Emerging Infectious Diseases
- ◆ Metropolen und Regionen (Stadt-Land-Gefälle); Gesundheitsregionen
- ◆ Health – Made in Germany

#### Mega-Trend: E-Health

- ◆ Big Data in der Medizin
- ◆ m-Health
- ◆ Telemedizin („Homemonitoring“)
- ◆ Neues e-Health-Gesetz

#### Pflege

- ◆ Ambulant vor Stationär – Neue Wohnformen im Alter
- ◆ Probleme und Herausforderungen im Pflegesektor (Fachkräftemangel, Finanzierung)

#### Krankenhaussektor

- ◆ Reformen in der Krankenhauslandschaft
- ◆ Anhaltender Trend zur Privatisierung

### Sonstiges:

- ◆ Trend zu Shared Decision Making – neue Wege in der Patientenkommunikation?
- ◆ 3 D-Druck-Technologie
- ◆ Functional Food (gesundheitsbezogene Aussagen für Lebensmittel)
- ◆ Neueste Trends in der Medizintechnik

### Finanzierung

- ◆ Venture Capital für den Gesundheitsmarkt
- ◆ erfolgreiche Start-ups (case studies) und Finanzierungsrunden
- ◆ Medizintechnikprodukte

### Investment

- ◆ Internationaler IPO-Boom im Bereich Health
- ◆ Überblick nationale und internationale Unternehmen im Bereich Health
- ◆ Investmentstrategien
- ◆ Fonds für Privatanleger
- ◆ M&A

## Die Life Sciences-Serie

**Life Sciences**, die „Lebenswissenschaften“, bilden seit rund 16 Jahren einen wesentlichen Branchen- und Technologieschwerpunkt des GoingPublic Magazins. Neben Titelgeschichten, Themenschwerpunkten und Transaktions-Berichterstattung (Finanzierungsrunden, Börsengänge, Fusionen, Übernahmen u.a.) erschienen jährlich bis zu fünf Specials. Seit 2014 widmet das GoingPublic Magazin dem Sektor eine eigene „Life Sciences-Serie“ mit vier eigenständigen Publikationen: „Industrial Biotechnology“ (Nr. 1/2015, 21.2., engl., 6. Jg. 68 Seiten), „Personalisierte Medizin“ (Nr. 2/2015, 18.4., 5. Jg., 64 Seiten), die Ankerpublikation „Biotechnologie“ (Nr. 3/2015, 12.9., 17. Jg., ca. 190 S.) sowie „Health“ (Nr. 4/2015, 31.10., 9. Jg., ca. 64 S.). Mit dem „LifeSciencesUpdate“ erscheint zur Ergänzung des Angebots ein monatlicher Newsletter mit News, Highlights, Veranstaltungshinweisen, Vorschauen, Rückblicken, Cross-Links und mehr. Die Mission: medienübergreifende Verbindung (Magazin – Web – Event) der Lebenswissenschaften mit Wissen und Netzwerken aus Unternehmensfinanzierung und Kapitalmarkt.

[www.goingpublic.de/lifesciences](http://www.goingpublic.de/lifesciences)

# Realisation und Vermarktung

Die Finanzierung der Ausgabe „Health 2015“ der Life Sciences-Serie des GoingPublic Magazins erfolgt über ein Partner-Modell, die Vermarktung von Anzeigen sowie Heftverkäufe (Einzelverkäufe, Sammelabnahmen).

## A. Partner

6–10 Partner stellen zur Realisierung der Ausgabe „Health 2015“ einen Betrag von jeweils 5.000 EUR (zzgl. MwSt.) bereit. Alle Partner erhalten hierfür folgende Leistungen:

- ◆ Nennung als Partner der Ausgabe mit Logoabildung in einer Partner-Anzeige im Innenteil
- ◆ 1/1 Seite Anzeige 4C (Wert lt. Mediadaten 2.900 EUR)
- ◆ Ein Fullsize Banner im Newsletter „LifeSciencesUpdate“ (Wert lt. Mediadaten 500 EUR)
- ◆ 200 Exemplare der Ausgabe zur Auslage auf Veranstaltungen, Versendung an das eigene Netzwerk u.a.
- ◆ Kurzportraits (Eigendarstellungen aller Partner; 1.000–1.200 Zeichen inkl. Leerzeichen)

- ◆ E-Magazin inkl.; auf Wunsch: Individualisiertes E-Magazin gegen Aufpreis (je nach Aufwand ca. 1.000 EUR)
- ◆ Online-Verbreitungsrechte inkl. PDF für das gesamte Heft sowie den eigenen Artikel

Eine redaktionelle Einbindung (über Fachartikel, Interview o.a.) erfolgt in Abstimmung mit der Redaktion.

## B. Anzeigenvermarktung:

Buchung über die Anzeigenabteilung der GoingPublic Media AG, Preise gemäß Mediadaten, z.B. 1/1 Seite 2.900 EUR, 1/2 Seite 1.900 EUR, 1/3 Seite 1.600 EUR.

## C. Heftverkäufe/Sammelabnahmen:

Speziell für die Ausgabe „Health 2015“ stellt der Verlag zur Verbreitung in den Kernzielgruppen Heftkontingente ab 100 Exemplaren zu Herstellungskosten zur Verfügung, z.B. ab 500 Stück zu 0,80 EUR je Exemplar, ab 1.000 Stück zu 0,60 EUR.

## D. Sonderwerbform „Steckbrief“ für Unternehmen (Großunternehmen und KMU), Wirtschaftsförderer/Cluster sowie Investoren

1/2 seitiges **Portrait für nur 950,- EUR** zzgl. MwSt. inkl. Grafikgestaltung/Layout

Der Aufbau des halbseitigen Steckbriefes erfolgt in drei Spalten. In der linken Spalte stellt sich jedes Unternehmen in max. 800 Zeichen (inkl. Leerzeichen) kurz selbst dar. Die Darstellung wird durch ein Foto des Gebäudes, des Labors oder der Technologie ergänzt. Die mittlere Spalte enthält Informationen zu den standardisierten

Kategorien Tätigkeitsfeld, Eigentümerstruktur und Finanzierung, Partner, Produkte/Dienstleistungen, Alleinstellungsmerkmale und Mitgliedschaften. Hierfür stehen max. 160 Zeichen inkl. Leerzeichen je Abfragepunkt zur Verfügung. Sollte eine Kategorie nicht in Anspruch genommen werden, so stehen für die restlichen Kategorien entsprechend mehr Zeichen zur Verfügung. Das Logo, Kontaktdaten sowie ein Foto des Teams/CEOs o.Ä. komplettieren den Steckbrief.

Das Bild zeigt ein Formular für ein Unternehmensportrait, unterteilt in drei Spalten:

- Linke Spalte:** Ein großes Feld für ein Foto, beschriftet mit 'Bild' und '800 Zeichen'.
- Mittlere Spalte:** Ein vertikales Textfeld für den Steckbrief, unterteilt in Kategorien mit jeweils 160 Zeichen: Unternehmensname, Tätigkeitsfeld, Eigentümerstruktur und Finanzierung, Partner, Produkte/Dienstleistungen, Technologie, Alleinstellungsmerkmale, Mitgliedschaften in Netzwerken/Vereinen.
- Rechte Spalte:** Ein vertikales Feld für Kontaktinformationen: Logo, Adresse (Straße, PLZ/Ort), Telefon/Telefax (+49 (0) ...), E-Mail, Web-Adresse, Gründungsdatum/Anzahl der Mitarbeiter, Sonstiges (100 Zeichen). Unten befinden sich zwei kleine quadratische Felder für 'Ansprechpartner'.



## Ansprechpartner

**Partnerschaften/Anzeigen/Heftabnahmen:** **Karin Hofelich**, Verlagsleiterin Life Sciences, Büro München, hofelich@goingpublic.de, Tel.: +49 (0) 89 – 2000 339-54, +49 (0) 177 – 4225 289

**Redaktion:** **Falko Bozicevic**, Chefredakteur GoingPublic Magazin, fb@goingpublic.de, Büro Frankfurt, Tel. +49 (0) 69 – 7408 7668, +49 (0) 177 – 42 25 291  
**Konstantin Riffler**, Redakteur GoingPublic Magazin, riffler@goingpublic.de, Tel. +49 (0) 89 – 2000 339-11

**Beratung, konzeptionelle Begleitung:** **Sanemus AG, Sonja Terszowski**, sonja.terszowski@sanemus.com, Tel: +49 (0)89 – 1 89 44 89-18 , SANEMUS AG, www.sanemus.com



Karin Hofelich



Falko Bozicevic



Konstantin Riffler



Sonja Terszowski

### Antwortschein

per Fax: +49 (0) 89-2000 339-39  
per E-Mail: hofelich@goingpublic.de

Erscheinungstermin:

31. Oktober 2015

Druckunterlagenschluss:

23. Oktober 2015

Anzeigenschluss:

19. Oktober 2015

**Ja, wir sind dabei!**

Anzeige, Format: .....

Steckbrief  Partner der Ausgabe

Bitte senden Sie uns die kompletten Media-Unterlagen oder unterbreiten Sie uns ein Angebot über .....

### Preisinformation

Anzeigenformate	Euroskala 2C/3C/4C & sw
2/1 Seite	5.200 EUR
1/1 Seite	2.900 EUR
1/2 Seite	1.900 EUR
1/3 Seite	1.600 EUR
Steckbrief	950 EUR (Details s. nächste Seite)
Partner der Ausgabe	5.000 EUR
Sonderwerbformen	Auf Anfrage!

Alle Preise verstehen sich zuzüglich 19% MwSt.

Wir bestellen \_\_\_\_\_ Exemplare der Ausgabe „Health 2015“ zum **Subskriptionspreis von 9,80 EUR** statt 12,50 EUR (inkl. 7% MwSt, zzgl. 1,80 EUR Versand)!

### Firmeninformationen bzw. Firmenstempel

Firma ..... Name, Vorname .....

Straße/Postfach ..... PLZ, Ort .....

E-Mail ..... Telefon .....

Datum/Unterschrift .....