



AWA 2022
Deep Dive Analyse Handelsblatt

DAS HANDELSBLATT IN DER AWA 2022

- Das Handelsblatt gewinnt in der AWA 2022 **9 %** im Vergleich zum Vorjahr dazu und erreicht insgesamt **501 Tsd. Leser:innen**. Im Umfeld der überregionalen Titel ist das **Handelsblatt** damit **der einzige Titel mit einer positiven Reichweiten-Entwicklung**
- Das Handelsblatt kann dabei eine exzellente Leserschaft vorweisen, die mit einer **überdurchschnittlich guten Ausbildung, Qualitätsorientierung im Konsumverhalten** und einer **hohen Kaufkraft** punkten können.
- Eine besonders **hohe Ausgabebereitschaft** besteht bei den Themen **Altersvorsorge, Versicherungen** und **Autos**
- Mit einem Anteil von **21 %** erreicht das Handelsblatt überdurchschnittlich viele Leser:innen mit einer hohen Investitionsbereitschaft für nachhaltige Geldanlagen.

DIE HANDELSBLATT-LESER:INNEN

exzellente Bildung – hohe Kaufkraft - innovativ

»» 43 % der Leser:innen sind zwischen 20 und 49 Jahre jung

»» 27 % weibliche Leser:innen

»» 54 % sind Multiplikatoren
(Affinitätsindex: 214)



»» 47 % haben ein abgeschlossenes (Fach-) Hochschulstudium
(Affinitätsindex: 237)

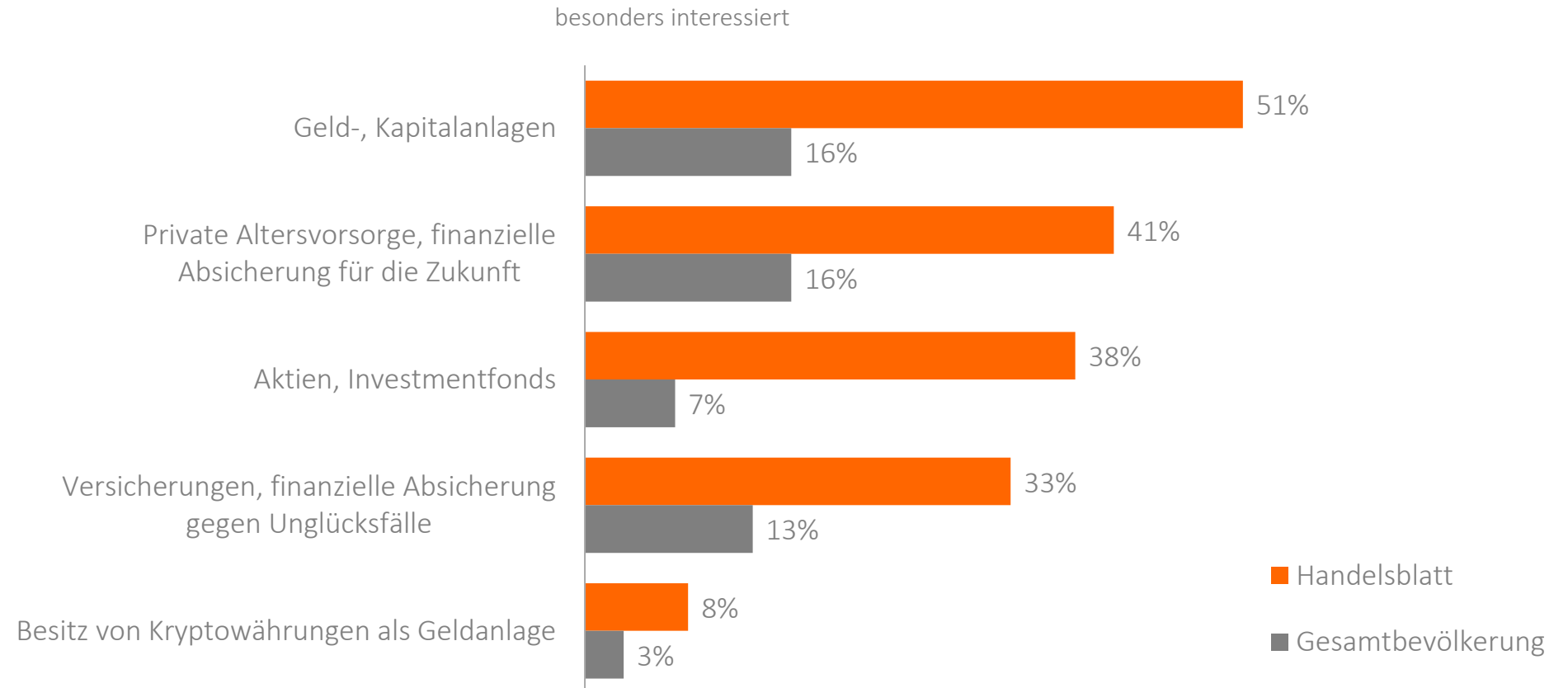
»» 70 % verfügen über ein Haushaltsnettoeinkommen von mehr als 3500 €
(Affinitätsindex: 163)

»» 55 % haben einen hohen gesellschaftlich-wirtschaftlichen Status
(Affinitätsindex: 244)



HOHES INTERESSE AN GELD- UND KAPITALANLAGEN

Das Interesse an Geldanlagen ist bei den Handelsblatt-Leser:innen stark ausgeprägt



TECHNIKAFFINITÄT

Handelsblatt Leser:innen sind ganz besonders technikaffin

**41 % der Leser:innen haben eine hohe
Ausgabebereitschaft für technische Geräte** <<<
(Affinitätsindex: 159)

**53 % der Leser:innen versuchen bei technischen
Neuentwicklungen immer auf dem neusten Stand
zu bleiben** <<<
(Affinitätsindex: 171)

**27 % der Leser:innen zählen zu den
Technically advanced persons** <<<
(Affinitätsindex: 181)

**51 % der Leser:innen zählen zu den
Trendsettern und Innovatoren** <<<
(Affinitätsindex: 311)



NACHHALTIGKEIT IST WICHTIG

»» Für 55 % der Leser:innen spielt ein nachhaltiger Konsum eine große Rolle

(Affinitätsindex: 307)

»» Entsprechend sind 55 % der Leser:innen bereit, für umweltfreundliche Produkte mehr zu zahlen

(Affinitätsindex: 148)

»» Beim Autokauf spielt die Umweltfreundlichkeit für 29 % der Leser:innen eine sehr wichtige Rolle

(Affinitätsindex: 189)

»» 21 % der Leser:innen investieren in nachhaltige Geldanlagen, die besonderen Wert auf Umwelt- und Klimaschutz legen

(Affinitätsindex: 363)



WIR FREUEN UNS AUF SIE



SALES NATIONAL

Nicolas Gauert
Director Account Management National
Telefon +49 211 887 3586
nicolas.gauert@iqm.de

Oliver Mond
Senior Account Manager
Telefon +49 69 2424 4536
oliver.mond@iqm.de

Eva-Maria Guckes
Sales Consultant
Telefon +49 69 24 24 4511
eva-maria.guckes@iqm.de

Andreas Wulff
Head of Account Management
Telefon +49 40 30183 156
andreas.wulff@iqm.de

Anne Sasse
Senior Account Manager
Telefon +49 89 545907 15
anne.sasse@iqm.de

Yvonne Lau
Sales Consultant
Telefon +49 40 30183 157
yvonne.lau@iqm.de

Sandra Oerke
Senior Account Manager
Telefon +49 40 30183 194
sandra.oerke@iqm.de

Carsten Thum
Senior Account Manager
Telefon +49 69 2424 4126
carsten.thum@iqm.de

Christian Leopold
Sales Consultant
Telefon +49 69 2424 4510
christian.leopold@iqm.de

Susanne Janzen
Senior Account Manager
Telefon +49 211 887 2344
susanne.janzen@iqm.de

Natalie Wesemann- Otte
Senior Account Manager
Telefon +49 211 887 1319
natalie.wesemann-otte@iqm.de

SALES INTERNATIONAL

Gerda Gavric- Hollender
Director Sales International Print
Telefon +49 211 887 2343
gerda.gavric-hollender@iqm.de

Bettina Goedert
Senior Sales Consultant International
Telefon +49 211 887 1336
bettina.goedert@iqm.de

Xin Ting Li
Sales Consultant International
Telefon +49 211 887 2337
xin.li@iqm.de

Ganna Maylatova
Sales Consultant International
Telefon +49 151 4027 0960
ganna.maylatova@iqm.de

iq media marketing gmbh | Ein Unternehmen der HANDELSBLATT MEDIA GROUP | Toulouser Allee 27 | 40211 Düsseldorf | www.iqm.de/kontakt/iq-media/

#MEHR
#WERT
STIFTER