

BASISPRÄSENTATION WIRTSCHAFTSWOCHE 2024



DIE NEUE WIWO

Print Relaunch beginnend mit der Ausgabe vom 29. September 2023



Vor Relaunch



Relaunch-Ausgabe



WEITERDENKEN. WEITERKOMMEN

Unter dem Dreiklang: Verstehen, Weiterdenken, Weiterkommen beleuchtet die WirtschaftsWoche alle relevanten Wirtschaftsthemen der Woche. Sie befähigt die Leser:innen, **wirtschaftliche Zusammenhänge zu verstehen und beruflich wie privat die nächsten Schritte zu gehen.**



Print

Das Magazin (gedruckt wie auch als E-Paper) ist nach wie vor unsere Herzkammer, wie auch der erfolgte Relaunch beweist. Wöchentlich liefert die WiWo Redaktion alle wichtigen (Wirtschafts-)Themen in einer Ausgabe.



Digital

Zusätzlich zum Magazin versorgen wir unsere Nutzer:innen mit allen aktuellen Wirtschaftsnachrichten über die Website, die WirtschaftsWoche App, Newsletter, Podcast und die verschiedenen Social Media Kanäle.



Live

Die Handelsblatt Media Group schafft gemeinsam mit ausgewiesenen Expert:innen aus Wirtschaft, Wissenschaft und Politik hochkarätige Foren für Wissenstransfer und Meinungsaustausch – live, als digitale Edition oder im Hybridformat.

DER CHEFREDAKTEUR



Horst von Buttlar ist seit dem 1. März 2023
Chefredakteur der WirtschaftsWoche.

Zuvor war Horst von Buttlar zehn Jahre als
Chefredakteur 'Capital' tätig, bevor der Wechsel zur
Handelsblatt Media Group erfolgte.

Der gebürtige Hamburger hat für sein journalistisches
Schaffen zahlreiche Auszeichnungen erhalten, wie
u.a. den Herbert Quandt Medien-Preis der Johanna-
Quandt-Stiftung.

DIE WIWO: DAS EUROPEAN MAGAZINE OF THE YEAR 2024



Die Jury des European Publishing Awards zeichnete die WirtschaftsWoche zum europäischen Magazin des Jahres 2024 aus und würdigte dabei besonders den Relaunch:

*„der den handwerklich gut gemachten Titel **visuell nochmals auf ein neues Niveau gehoben hat.** Bilder, Illustrationen und Infografiken werden in einem **schlüssigen Gesamtkonzept** vorbildlich eingesetzt. **Bei der Cover-Gestaltung und der Präsentation einzelner Geschichten setzt das Team Glanzpunkte.**“*

- Die Jury des European Publishing Awards über „WiWo“



DAS LEITMEDIUM DER WIRTSCHAFT



- Copy-Preis: 7,50 Euro
- Erscheinungsweise: wöchentlich freitags
- Preis 1/1 Anzeigenseite 2024: 36.100 Euro
- Verkaufte Auflage: 86.278 (IVW IV/2023)
- Reichweite: 594 Tsd. Leser:innen (ma I/2024) 211 Tsd. Leser:innen (LAE 2023)
- Zielgruppe: Meinungsführer:innen & Multiplikator:innen
- Medienkanäle: Print
Online / Mobile
Newsletter
Podcast
Social
Events

DIE WIRTSCHAFTSWOCHE

- ... ist das größte wöchentliche Wirtschaftsmagazin in Deutschland
- ... ist das reichweitenstärkste Wirtschaftsmagazin Deutschlands
- ... ist crossmedial die Nr. 1 der Entscheider:innen unter den Wirtschaftsmagazinen
- ... besticht durch eine treue Leserschaft mit einer harten Auflage von hervorragenden 80%
- ... ist Navi und Coach in einem sowohl für das Berufs- als auch für das Privatleben
- ... ist für die Leser:innen als einzigartiges – nicht austauschbares – Medium relevant

DAS THEMENSPEKTRUM

Die Titelgeschichte wird ergänzt um aktuelle Berichterstattung aus vier Hauptressorts (plus ein fünftes Ressort Leben jeweils am Monatsende)



Politik & Wirtschaft
Internationale Beziehung,
Wirtschaftspolitik,
Volkswirtschaft



Unternehmen & Technologie
Branchen, Unternehmen,
Start-Ups, Mittelstand,
Innovationen,
Technologien,
Nachhaltigkeit, Energie



Finanzen & Immobilien
Finanzmärkte,
Geldanlage,
Immobilienfinanzierung,
Recht & Steuern, WiWo
Coach



Management & Karriere
Work-Life-Balance,
Gründer, Märkte,
Diversity, Leadership



Leben
Lifestyle, Reise, Hotels,
Restaurants, Gadgets,
Uhren, Luxus



DAS MARKENUNIVERSUM



WirtschaftsWoche Club für alle Abonnent:innen



WirtschaftsWoche Podcasts



WirtschaftsWoche Newsletter



GIPFELTREFFEN DER WELT MARKT FÜHRER

WirtschaftsWoche Veranstaltungen, Initiativen und Awards



WirtschaftsWoche Magazin



WirtschaftsWoche Sonderheft Weltmarktführer

Rund um die Uhr erreicht die WirtschaftsWoche crossmedial über

3,5 Mio. Nutzer:innen über verschiedene Kanäle



WirtschaftsWoche Digital – auch per App

MITTELSTAND IM MITTELPUNKT

Das Mittelstandsuniversum der WirtschaftsWoche

- Der deutsche Mittelstand ist der Motor und Herzstück der deutschen Wirtschaft.
- Die WirtschaftsWoche bietet dieser Zielgruppe verschiedene Plattformen:
 - 6 - 8 Spezialthemen pro Jahr im Heft
 - Wöchentliche Rubrik rund um den Mittelstand
 - Jährliches Sonderheft „Weltmarktführer“
 - Newsletter, Podcast, Ranking & Siegel
 - Das Gipfeltreffen der Weltmarktführer – mit rund 500 Teilnehmern das bundesweit größte Treffen von tatsächlichen und potentiellen Weltmarktführerunternehmen, Beratern und politischen Entscheider:innen



ET: 06.11.2024

UND AUCH SONST IMMER AM PULS DER ZEIT

Die WirtschaftsWoche Redaktion ist für ihren Artikel „Operation Wiederaufbau. Der Billionenplan für die Ukraine“ mit dem renommierten **Deutschen Journalistenpreis 2023** ausgezeichnet worden.



- Der Schutz der Umwelt und des Klimas zählt zu den größten gesellschaftlichen Herausforderungen unserer Zeit.
- #WIR nehmen sie an und arbeiten gemeinsam daran, unseren ökologischen Fußabdruck nachhaltig zu verringern: mit unseren Partner:innen, mit unseren Medien, ihren Leser:innen und vor allem mit unserem Team.
- Mit der internen Initiative HMG GOES GREEN entwickeln wir Ideen und Impulse für alle Bereiche des Hauses. So übernehmen wir Verantwortung, um Nachhaltigkeit in unserem Unternehmen auf ein neues Level zu bringen.

GEBÄUDE & AUSSTATTUNG

- ♥ Wir beziehen in unserem Hauptsitz in Düsseldorf seit 2020 ökologischen Strom, vornehmlich aus Wasserkraft – zertifiziert
- ♥ Das Hauptgebäude „La Tête“ ist nach DGNB Gold zertifiziert für nachhaltiges Bauen
- ♥ Unsere Drucker sind umgestellt auf papiersparendes „Follow me“, um Fehldrucke zu vermeiden
- ♥ Sämtliche Lampen im Gebäude sind LEDs und fast alle mit Bewegungsmelder und Tageslichtsteuerung
- ♥ Für eine ressourcenschonende Zusammenarbeit sind unser Workflow und unsere Akten zu 80 – 90 % digitalisiert.

INHALTE & INITIATIVEN

- ♥ Nachhaltigkeit ist eines der Fokusthemen in der WirtschaftsWoche. In dem Kontext existieren beispielsweise viele redaktionelle Sonderthemen im Magazin, wie etwa „Green Economy“, „Circular Economy“ oder „Klima & Energie“
- ♥ Unabhängig von den Sonderthemen sind alleine in der WirtschaftsWoche in den letzten 12 Monaten* 842 Artikel zum Thema „Nachhaltigkeit“ und 798 Artikel zum Thema „Umwelt“ erschienen.
- ♥ Immer mehr Initiativen und Leitevents werden ins Leben gerufen: The Mission, Sustainable Impact Award, Jahrestagung Dekarbonisierung, New Work Initiative, Fokusthema bei der Europe 2022, Net Zero Tech beim The Spark – Der deutsche Digitalpreis u.v.m.

HERSTELLUNG, MATERIALIEN & WERBEFORMEN

- ♥ Unsere Druckerei ist in 2022 umgestiegen auf 100% Strom aus erneuerbaren Energien. Zudem arbeitet die Druckerei mitarbeiter- und standortbezogen klimaneutral, indem Emissionen vermieden, reduziert und kompensiert werden. Die eingesetzten Druckfarben sind „Blaue Engel“ zertifiziert. Die Druckerei ist zudem PEFC-zertifiziert, was einhergeht mit nachhaltiger Waldwirtschaft.
- ♥ Nachhaltige Werbeformate erobern die Herzen unserer Kund:innen: Grasbeilage mit Papier aus Gras oder auch die ecoAD als CO2-sparendes, digitales Werbemittel
- ♥ Wir verzichten, wenn möglich, auf Flyer, Programmhefte und ähnliches

*Quelle: WirtschaftsWoche Archiv, Zeitraum 01.06.2022 – 01.06.2023

Überzeugende Leistungswerte

DIE „WIRTSCHAFTS-ELITE“ LIEST WIRTSCHAFTSWOCHE



WIRTSCHAFTSWOCHE Leser:innen¹

594 Tsd.

Menschen lesen jede Woche die WirtschaftsWoche

Entscheider:innen²

92 Tsd.

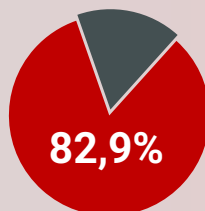
Angestellte der 1. oder 2. Führungsebene lesen die WirtschaftsWoche

Ø-Alter¹



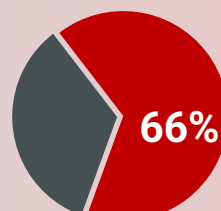
Jahre

Geschlecht¹

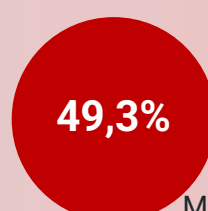


Männer

Ltd. Angestellte²



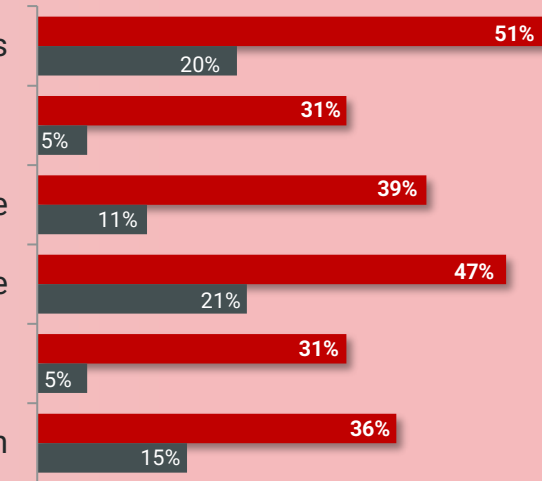
Persönliches
Jahreseinkommen²



Mindestens
100.000 Euro
Brutto

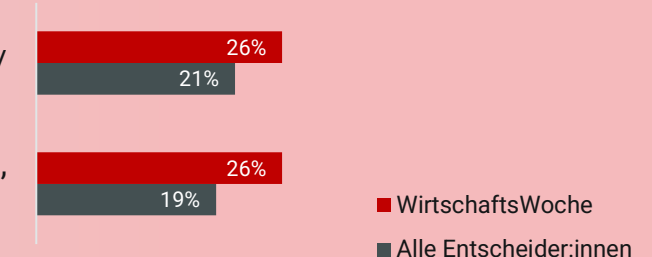
Zielgruppen, Typologien³

- Universitäts-/Hochschulabschluss
- Berufliche Führungskräfte
- Luxusorientierte
- Qualitätsorientierte
- Innovatoren
- Mobile Kosmopoliten



Zielgruppen, Typologien²

- Kaufmännische Geschäftsführung/-leitung
- Verkauf, Absatz, Vertrieb



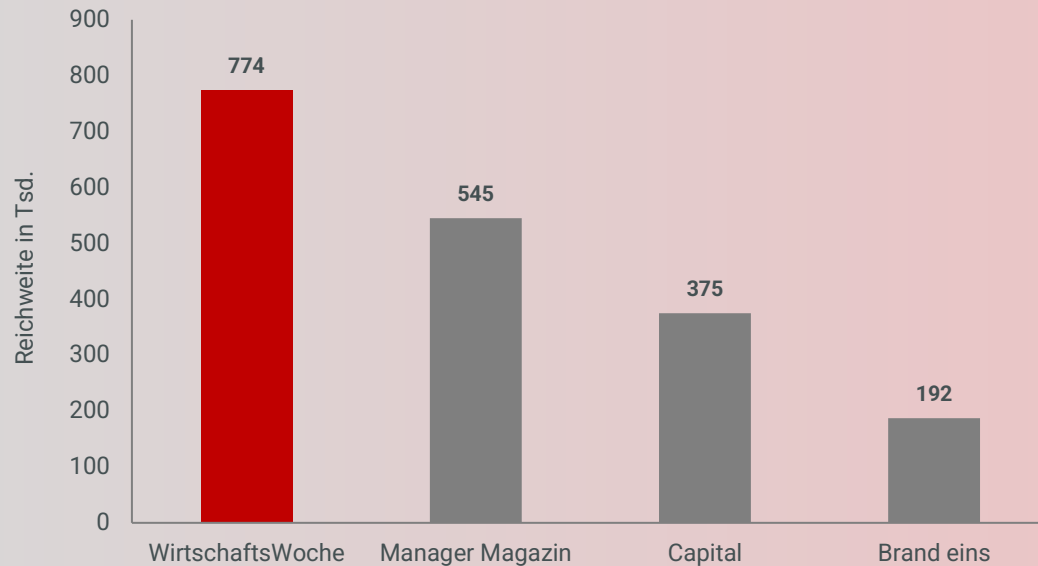
Quelle: 1) ma I/2024, 2) LAE 2023 3) AWA 2023

DIE NR. 1 BEI DEN ENTSCHEIDER:INNEN

Die WirtschaftsWoche punktet bei den Entscheider:innen aus der Wirtschaft



WirtschaftsWoche mit höchster crossmedialer Reichweite



01

Die WirtschaftsWoche erzielt eine crossmediale Reichweite von 774.000 Entscheider:innen

02

Dank der erzielten Reichweite ist die WirtschaftsWoche in diesem ZG-Segment klar führend bei den **wöchentlichen Wirtschaftsmagazinen in Deutschland.**

03

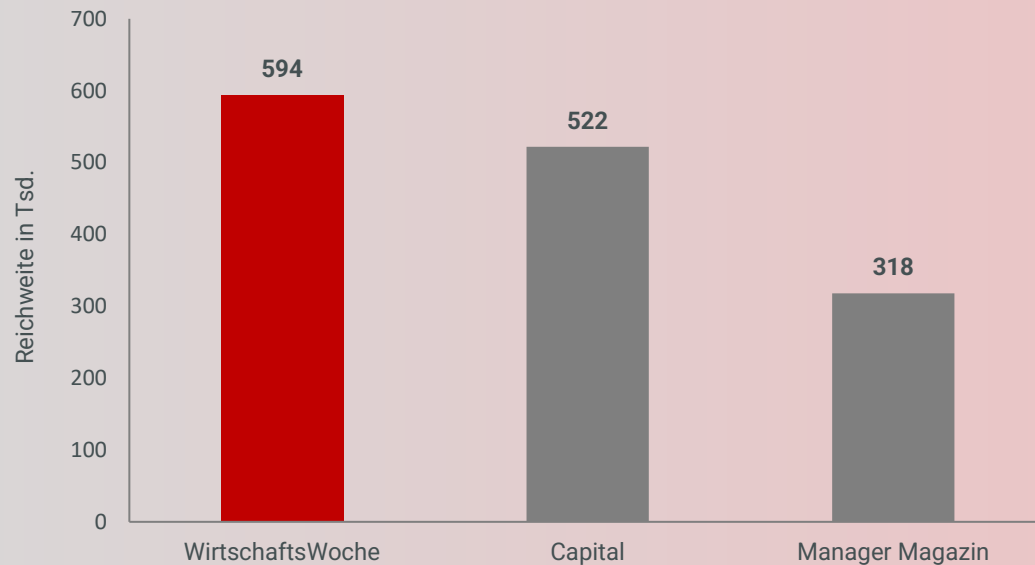
Insgesamt liegt die **Reichweite der WirtschaftsWoche bei 25 Prozent** und damit vor den Wettbewerbern Manager Magazin (18 Prozent), Capital (12 Prozent) und Brand eins (6 Prozent)

DIE NR.1 AUCH IN ALLEN ANDEREN ZIELGRUPPEN

Die WirtschaftsWoche punktet auch mit der höchsten Reichweite insgesamt



WirtschaftsWoche mit höchster Reichweite im Segment der Wirtschaftspresse



01

Die WirtschaftsWoche erzielt eine Reichweite von insgesamt 594 Leser:innen

02

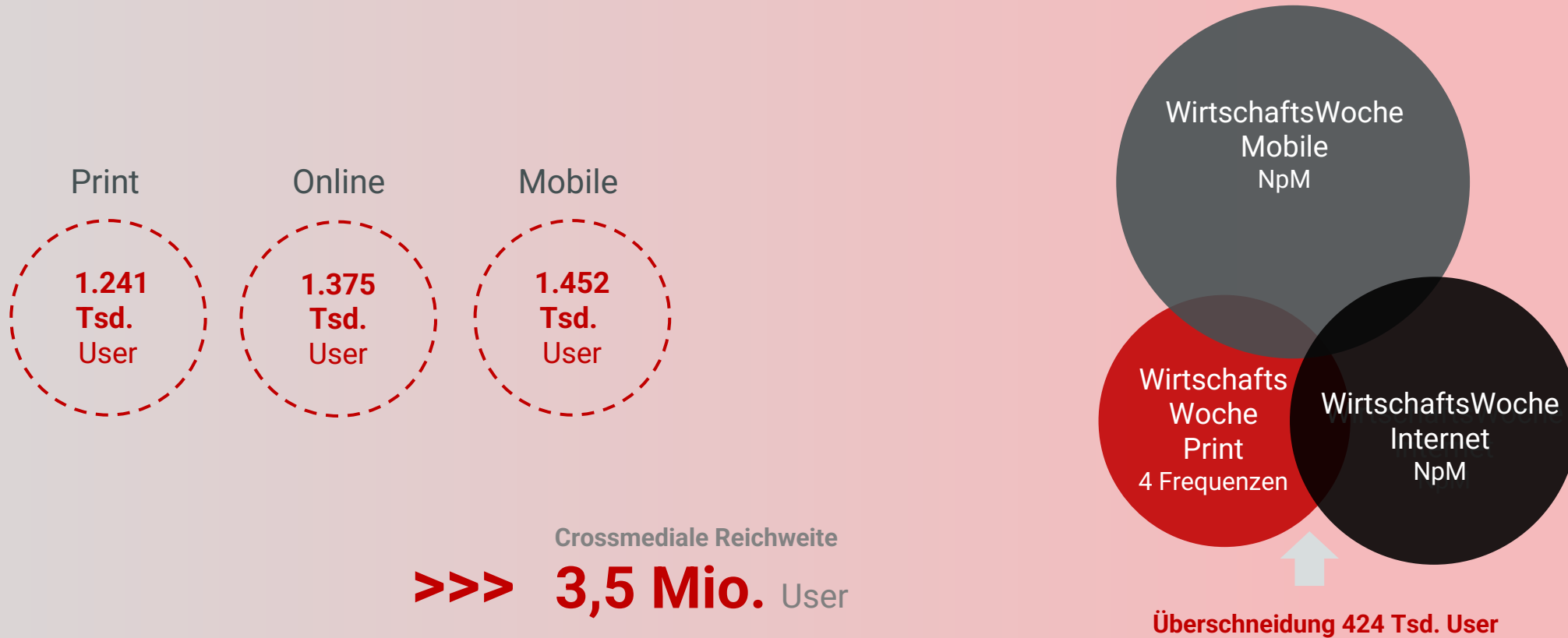
Mit 594 Leser:innen behauptet die WirtschaftsWoche auch hier ihre Position als führendes wöchentliches Wirtschaftsmagazin Deutschlands

03

Besonders erfreulich: Auch bei der weiblichen Leserschaft nimmt die WirtschaftsWoche einen Spitzenwert unter den Wirtschaftsmagazinen ein und erreicht 102.000 Leserinnen

NOCH MEHR REICHWEITE DURCH CROSSMEDIA

Geringe Überschneidungen in unsere Leserschaft



5 GRÜNDE FÜR DIE WIRTSCHAFTSWOCHE



01

WIRTSCHAFT PUR

> Die WirtschaftsWoche ist die Nummer 1 unter den wöchentlichen Wirtschaftsmagazinen

02

CROSSMEDIAL

> Die WirtschaftsWoche kommuniziert mit der höchsten Reichweite über alle Kanäle und potenziert so Ihre Werbewirkung

03

PREMIUM-ZIELGRUPPEN

> Die WirtschaftsWoche erreicht die absolute Wirtschaftselite

04

MINIMALE STREUVERLUSTE

> Werbung in der WirtschaftsWoche trifft die Entscheider:innen – und sonst keinen

05

EFFIZIENT

> Kein anderes Wirtschaftsmagazin erreicht die Zielgruppe der Unternehmens- und Geschäftsführer:innen günstiger

WIR FREUEN UNS AUF SIE



SALES NATIONAL

Oliver Adrian
Sales Director National
Telefon +49 69 2424408
oliver.adrian@iqm.de

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

Sandra Rasch
Senior Account Manager
Telefon +49 211 8871303
sandra.rasch@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

Ulrike Kriechhammer
Account Manager
Telefon +49 211 887 1360
ulrike.kriechhammer@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

Daniel Weidenfeller
Account Manager
Telefon +49
daniel.weidenfeller@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

Sandra Pinz
Sales Consultant
Telefon +49 406965951
sandra.pinz@iqm.de

Marion Sturm
Sales Consultant
Telefon +49 211 8872339
marion.sturm@iqm.de

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

#MEHR
#WERT
STIFTER

WIR FREUEN UNS AUF SIE

SALES INTERNATIONAL

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

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

Darwin Santo
Director New Business International
Telefon +49 211 887 2371
darwin.santo@iqm.de

Sarah Schmidt
Sales Controller International
Telefon +49 151 1823 5954
sarah.schmidt@iqm.de