

BASISPRÄSENTATION WIRTSCHAFTSWOCHE 2025



WEITERDENKEN. WEITERKOMMEN

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.

MEDIA-OPTIONEN

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.

Auszeichnungen 2024 für den Print Relaunch



ADC Wettbewerb "Redesign"

European Publishing Awards

- "European Magazine of the Year 2024"
- "Design: Economy"
- „Cover Concept“
- „Cover One-Shot“
- „Typography“

International Creative Media Award

- Award of Excellence – Magazine Design:
- "WirtschaftsWoche Redesign"
 - "WirtschaftsWoche Essay"
 - "WirtschaftsWoche Coach"

Society for News Design

"Best of News Design":

- Print & Digital Storytelling
- Grafik
- Social Media

Auszeichnungen im Rahmen des European Publishing Awards 2025



„Photography-Sequence“
Für das Uhren-Dossier
(Nr. 49)



„Cover One-shot“
Für WiWo-Trump
(Nr. 46)

Weitere Kategorien:

- „Economy“
- „Illustration“
- "Storytelling: Feature, Report & Q&A"
- „Storytelling: Short Piece“

FÜNF GUTE ARGUMENTE FÜR DIE WIRTSCHAFTSWOCHE

1

Wirtschaft Pur

Die WirtschaftsWoche ist die Nummer 2 unter den wöchentlichen Wirtschaftsmagazinen¹

2

Treue Leserschaft

Harte Auflage von hervorragenden 71%²

3

PREMIUM-ZIELGRUPPEN

Leser:innen sind Bestverdiener (durchschn. Haushaltseinkommen: WiWo 5.560 €, Basis aller Befragten 3.768 €)³

4

Effizient

erreicht die Zielgruppe der Unternehmens- und Geschäftsführer:innen günstiger als jedes andere Wirtschaftsmagazin⁴

5

Reichweitenstark

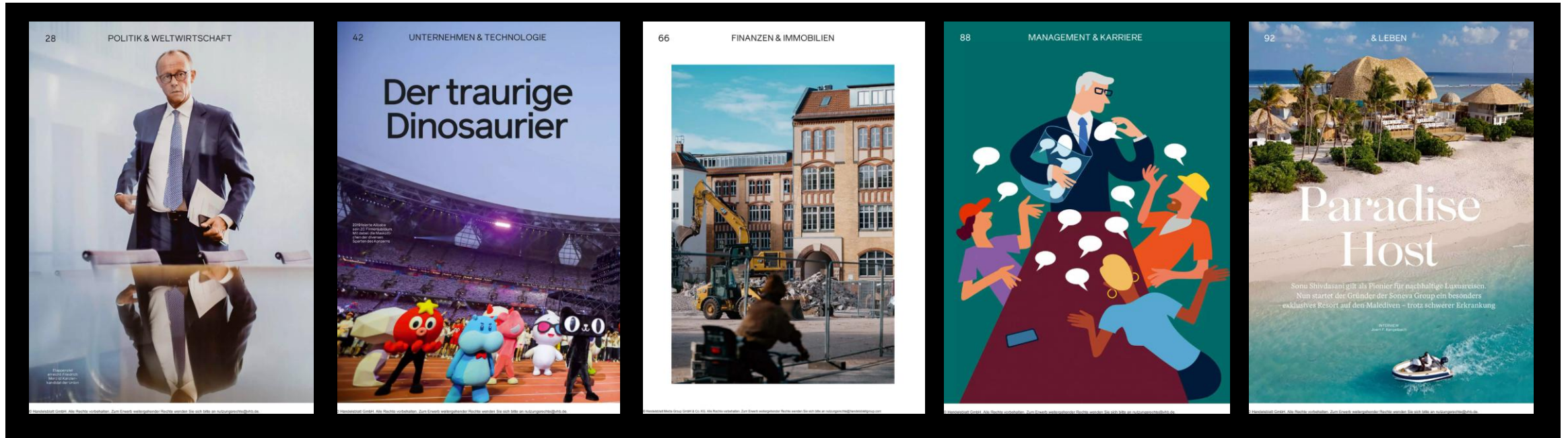
Die WirtschaftsWoche kommuniziert mit der höchsten Reichweite über alle Kanäle und potenziert so Ihre Werbewirkung



DAS LEITMEDIUM DER WIRTSCHAFT



- Copy-Preis: 7,50 Euro
- Erscheinungsweise: wöchentlich freitags
- Preis 1/1 Anzeigenseite 2025: 37.200 Euro
- Verkaufte Auflage: 87.227 (IVW IV/2024)
- Reichweite: 444 Tsd. Leser:innen (ma I/2025)
266 Tsd. Leser:innen (LAE 2024)
- Zielgruppe: Meinungsführer:innen & Multiplikator:innen
- Medienkanäle: Print
Online / Mobile
Newsletter
Podcast
Social
Events



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



ET: November 2025

- 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

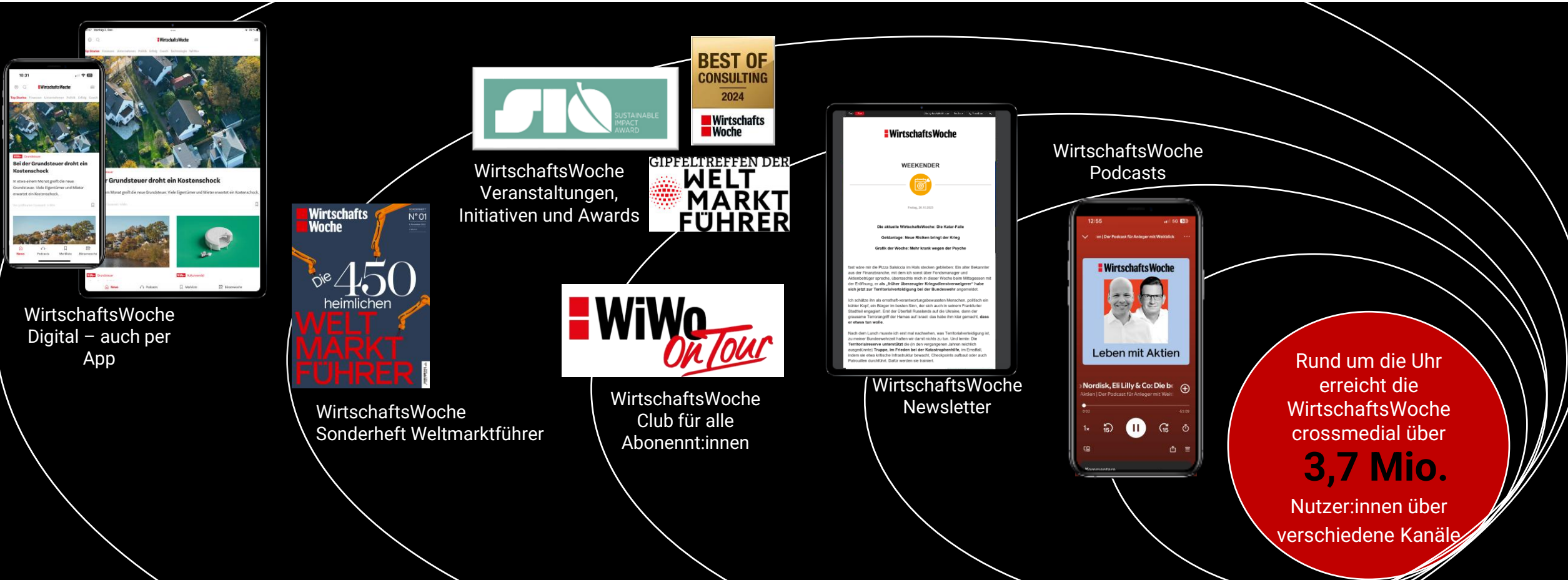


ET: 30.05./28.11.2025

NE
U

- Uhren sind ein wichtiger Bestandteil des Ressorts Leben
- Um den Leser:innen ein exklusives Leseereignis zu beschermen erscheint 2-mal jährlich ein Lifestyle-Dossier:
 - USP: Langlebigkeit durch Heft-in-Heft Charakteristik
 - Umfang: 40 Inhaltsseiten + 4 Umschlagsseiten
 - Aufmachung: Special erscheint als raustrennbarer Mittelbeihefter / WiWo Dossier (Format 210mm B x 280mm L)

DAS MARKENUNIVERSUM



- 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* 346 Artikel zum Thema „Nachhaltigkeit“ und 1.156 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 01.01.2024 – 31.12.2024

Überzeugende Leistungswerte

DIE „WIRTSCHAFTS-ELITE“ LIEST WIRTSCHAFTSWOCHE



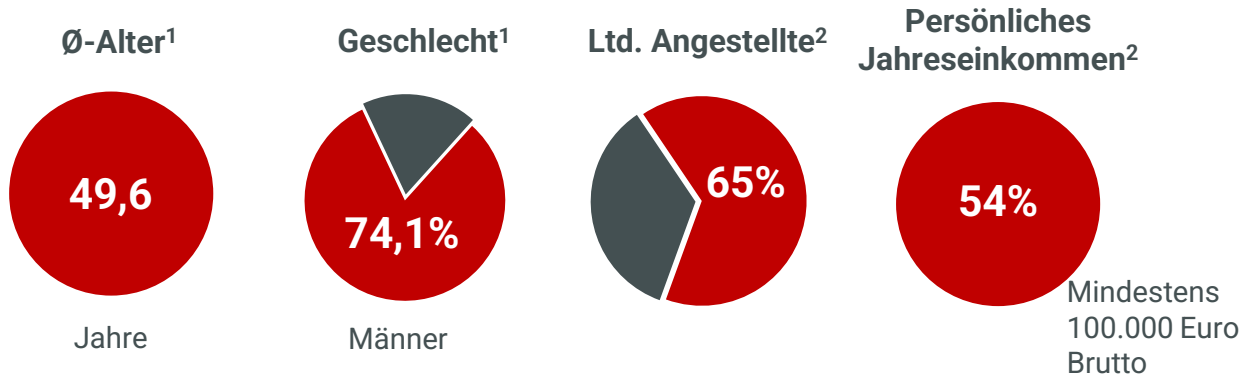
WIRTSCHAFTSWOCHE Leser:innen¹

444 Tsd.

Menschen lesen jede Woche die WirtschaftsWoche

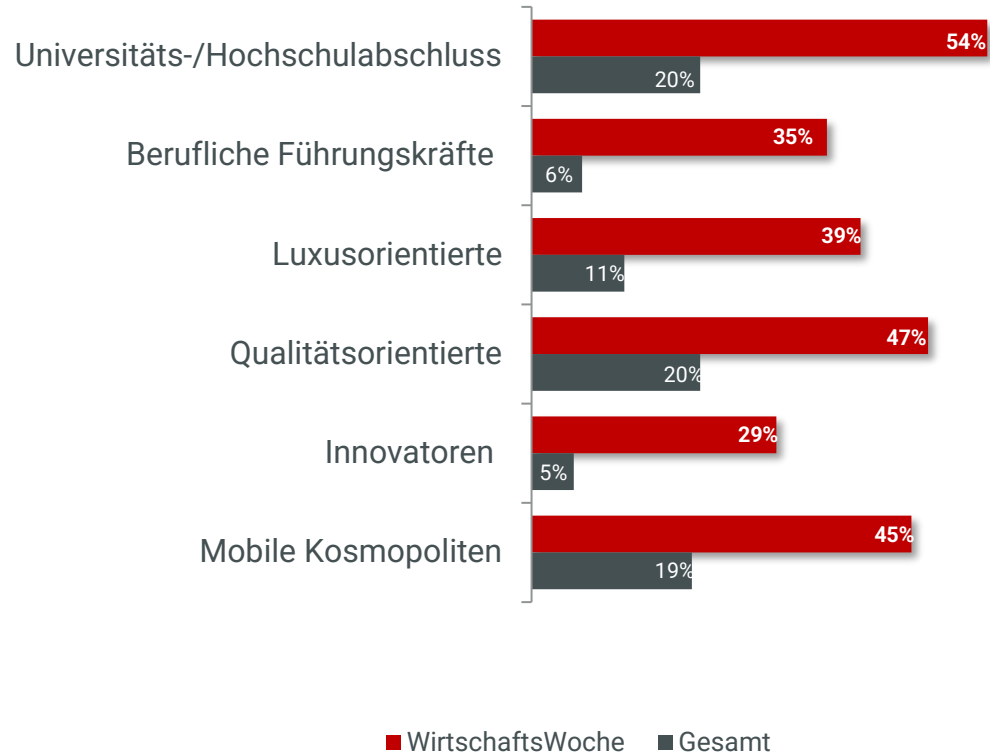
Entscheider:innen²

266 Tsd.

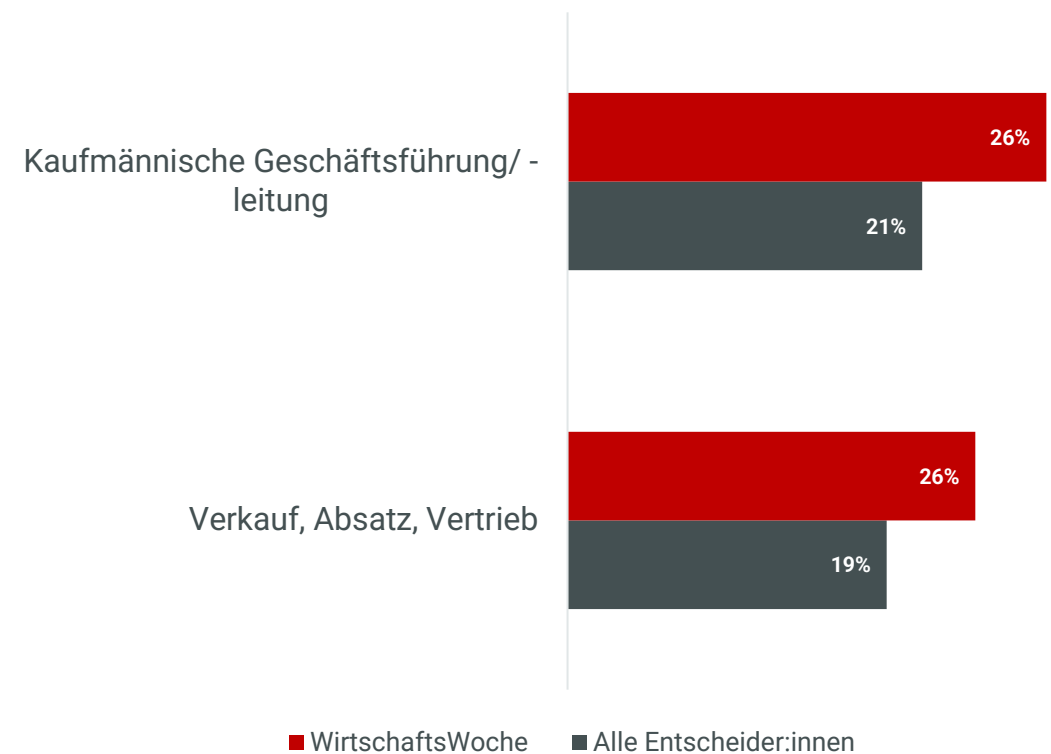


DIE „WIRTSCHAFTS-ELITE“ LIEST WIRTSCHAFTSWOCHE

Zielgruppen, Typologien ¹



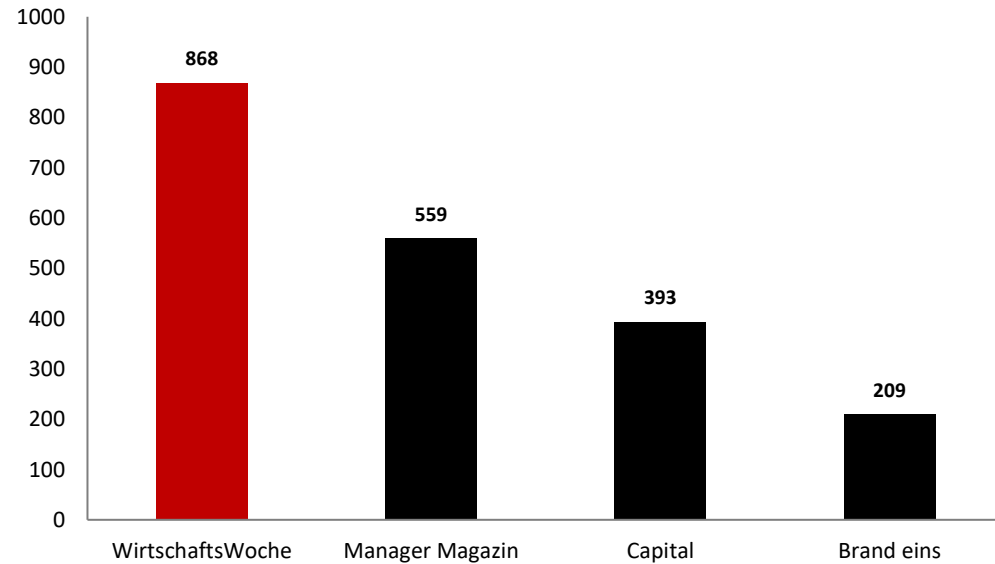
Zielgruppen, Typologien ²



DIE NR. 1 BEI DEN ENTSCHIEDER:INNEN



WirtschaftsWoche mit höchster crossmedialer Reichweite



1

Die WirtschaftsWoche erzielt eine crossmediale Reichweite von 868.000 Entscheider:innen

2

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

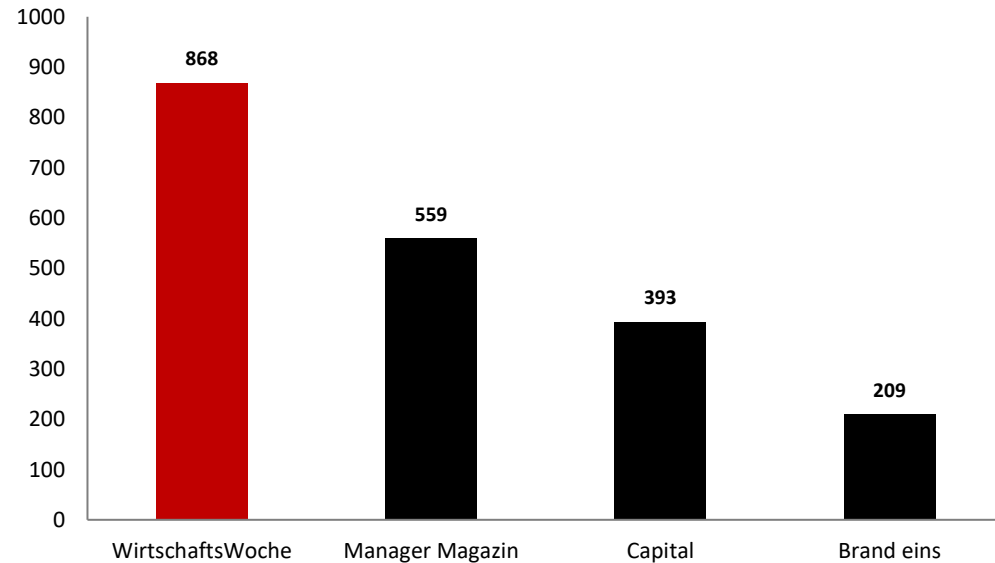
3

Insgesamt liegt die **Reichweite der WirtschaftsWoche bei 28 Prozent** und damit vor den Wettbewerbern Manager Magazin (18 %), Capital (13 %) und Brand eins (7 %)

DIE NR. 1 BEI DEN ENTSCHEIDER:INNEN



WirtschaftsWoche mit höchster crossmedialer Reichweite



1

Die WirtschaftsWoche erzielt eine crossmediale Reichweite von 868.000 Entscheider:innen

2

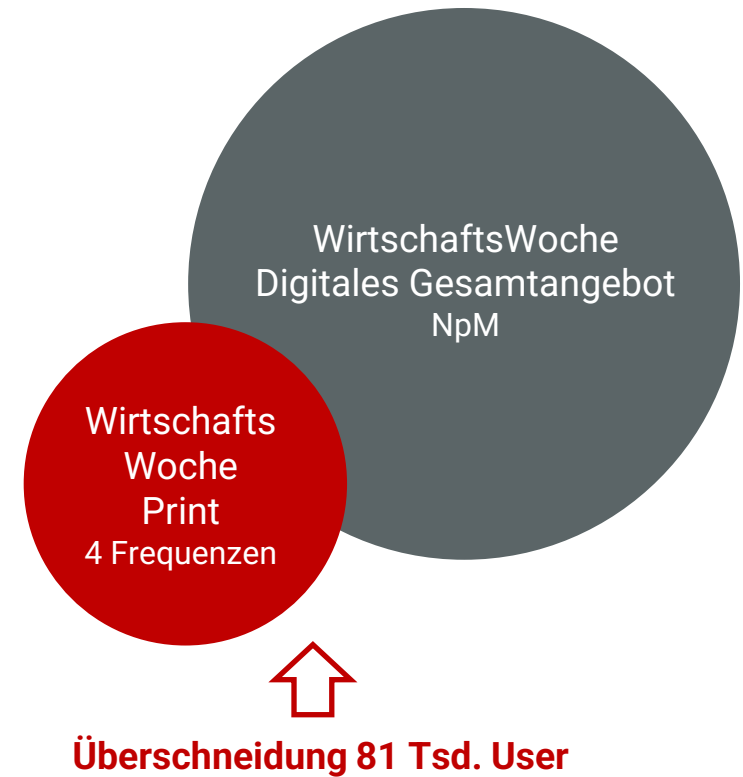
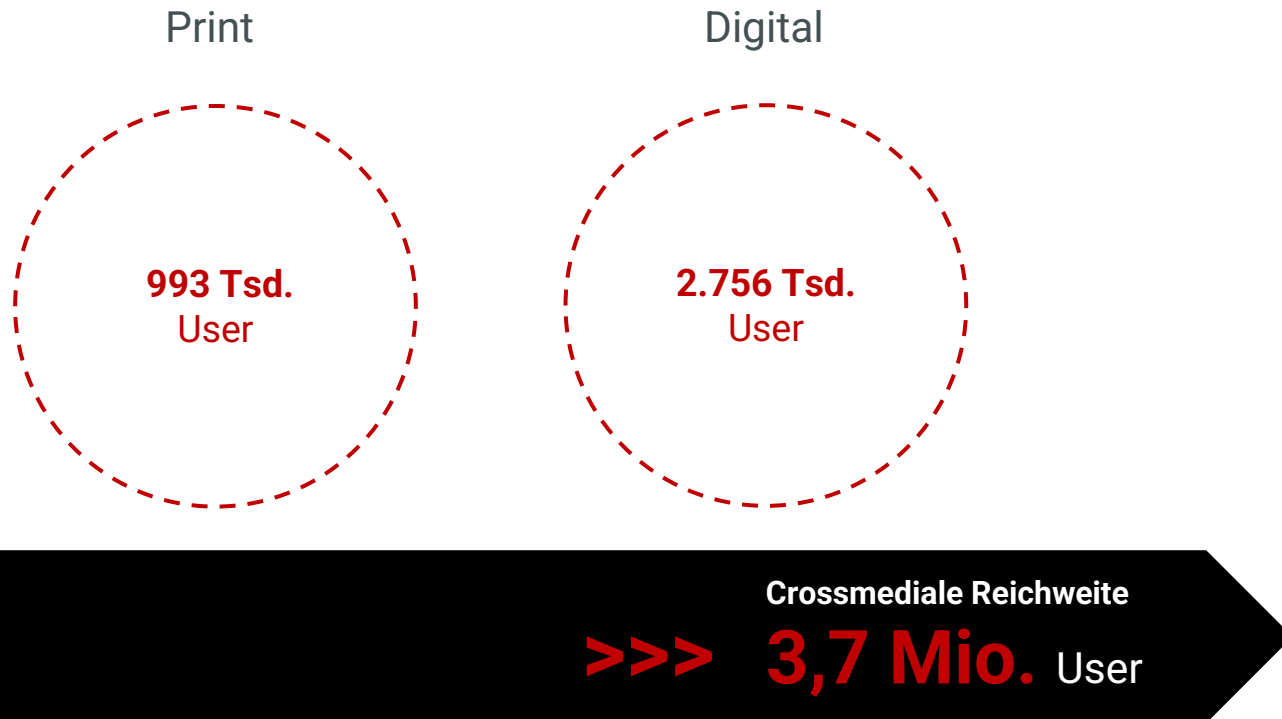
Dank der erzielten Reichweite ist die WirtschaftsWoche in diesem ZG-Segment klar führend bei den **wöchentlichen Wirtschaftsmagazinen in Deutschland.**

3

Insgesamt liegt die **Reichweite der WirtschaftsWoche bei 28 Prozent** und damit vor den Wettbewerbern Manager Magazin (18 %), Capital (13 %) und Brand eins (7 %)

NOCH MEHR REICHWEITE DURCH CROSSMEDIA

Geringe Überschneidungen in unsere Leserschaft



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

Birgitt Mönnich
Sales Consultant
Telefon +49 40 30183 102
birgitt.moennich@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

Nicole Wiedemann
Senior Account Manager
Telefon +49 160 9909 3860
nicole.wiedemann@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
Senior Account Manager
Telefon +49 69242443
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

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