

# Die WirtschaftsWoche in der AWA 2011 Leser, Reichweiten, Wettbewerber.



# Die WirtschaftsWoche in der AWA 2011

## Einleitung.



Die Allensbacher Werbeträger-Analyse (AWA 2011) bestätigt auch in diesem Jahr die Position der WirtschaftsWoche im Top-Segment der Wirtschaftsmagazine.

Insbesondere unter den beruflichen Führungskräften kann die WirtschaftsWoche sich mit einer Reichweite von 7,2 Prozent (= 220.000) und einem extrem günstigen Tausend-Kontakt-Preis im Wettbewerbsumfeld behaupten. Das Wirtschaftsnachrichtenmagazin wird so zum unverzichtbaren Werbeträger für Marketing- und Mediastrategien im Entscheidersegment.

Mehr zu den Lesern und zu den Leistungswerten der WirtschaftsWoche erfahren Sie auf den folgenden Seiten. Als Grundlage diente die Allensbacher Werbeträger-Analyse 2011.

# Die WirtschaftsWoche in der AWA 2011

## Inhaltsverzeichnis.



- Die WirtschaftsWoche Leser
  - Geschlecht, Alter, Einkommen
  - Ausbildung, Berufsstellung, finanzieller Spielraum
- Die WirtschaftsWoche Leser als Premium-Konsumenten
  - Interessen
  - Ausgabebereitschaft
  - Kauf-Entscheider
- Die WirtschaftsWoche – Mediaplanung Leistungswerte
  - Zielgruppe: Gesamtbevölkerung
  - Zielgruppe: HHNE 3.000 Euro
  - Zielgruppe: Entscheider
- Anhang
  - Die WirtschaftsWoche Basisdaten

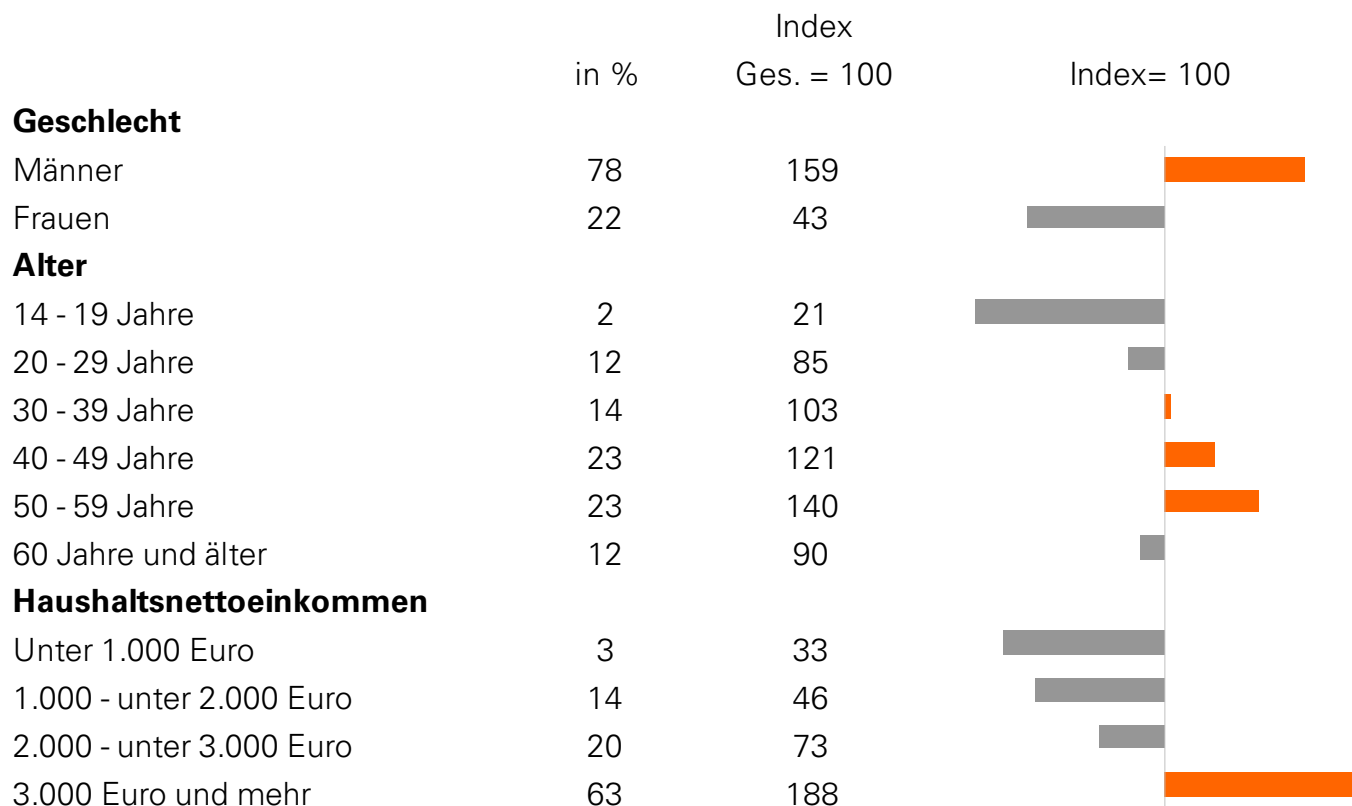
# Die WirtschaftsWoche Leser Entscheider in Wirtschaft und Verwaltung.



# Die WirtschaftsWoche Leser Einkommensstark und im besten Alter.



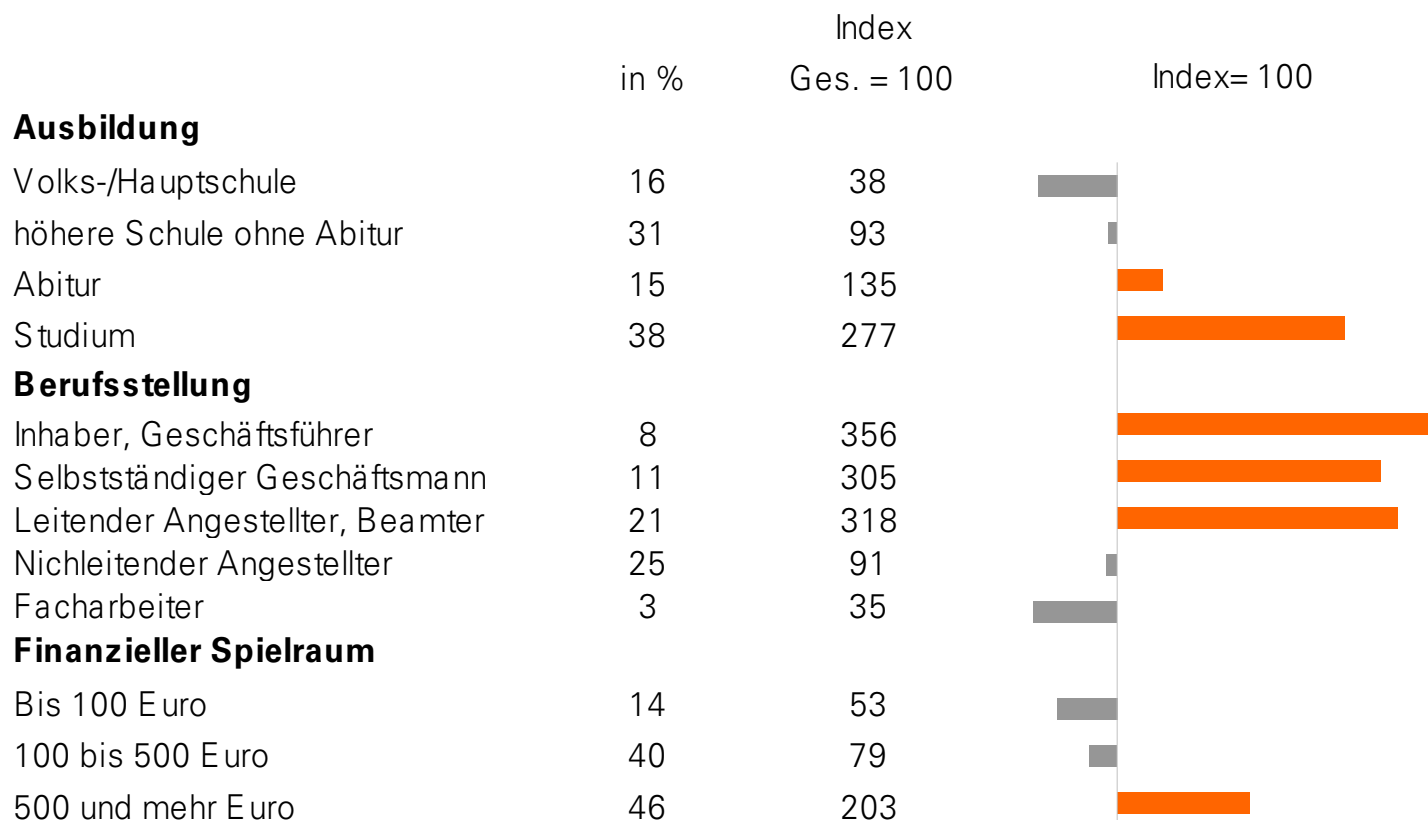
## Zielgruppe: WirtschaftsWoche-Leser (840.000)



Basis: AWA 2011, Grundgesamtheit: Gesamtbevölkerung ab 14 Jahren = Index 100

# Die WirtschaftsWoche Leser Akademiker in Führungspositionen.

## Zielgruppe: WirtschaftsWoche-Leser (840.000)



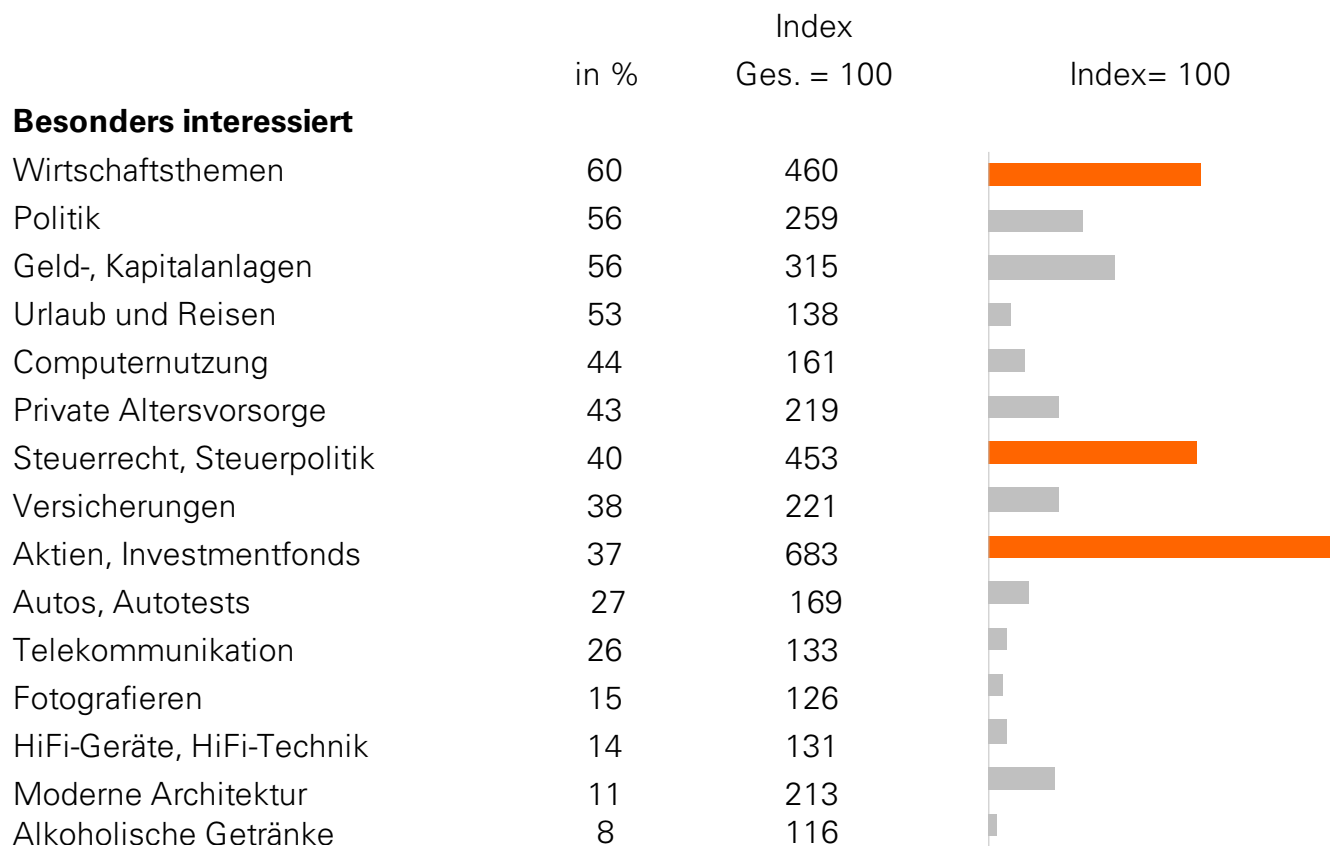
# Die WirtschaftsWoche Leser Die Klasse der Premium-Konsumenten.



# Die WirtschaftsWoche Leser Einkommensstark und im besten Alter.



## Zielgruppe: WirtschaftsWoche-Leser (840.000)



Basis: AWA 2011, Grundgesamtheit: Gesamtbevölkerung ab 14 Jahren = Index 100

# Die WirtschaftsWoche Leser Einkommensstark und im besten Alter.



## Zielgruppe: WirtschaftsWoche-Leser (840.000)

	in %	Index Ges. = 100	Index= 100
<b>Hohe Ausgabebereitschaft</b>			
Reisen	65	149	
Wohnung, Haus	63	115	
Gute Ernährung, gutes Essen	58	117	
Altersvorsorge	51	182	
Kleidung	46	106	
Bücher	42	166	
Gesundheit, Wellness	40	123	
Technische Geräte	39	134	
Ausgehen	36	122	
Autos	36	155	
Sport	34	174	
Versicherungen	31	155	
Garten	29	109	

Basis: AWA 2011, Grundgesamtheit: Gesamtbevölkerung ab 14 Jahren = Index 100

# Die WirtschaftsWoche Leser Einkommensstark und im besten Alter.



## Zielgruppe: WirtschaftsWoche-Leser (840.000)

Entscheider	in %	Index	
		Ges. = 100	Index= 100
Versicherungen	89	132	
Geld- und Kapitalanlagen	87	144	
Fernsehgeräte	87	131	
Telekommunikationsgeräte	85	123	
Urlaubsplanung	81	116	
Computer, Computerzubehör	81	154	
Autos	81	144	
Kameras, Zubehör	79	143	
Alkoholische Getränke	78	117	
HiFi-Geräte	76	138	
Große Elektrogeräte	68	106	
Herrendüfte	68	123	

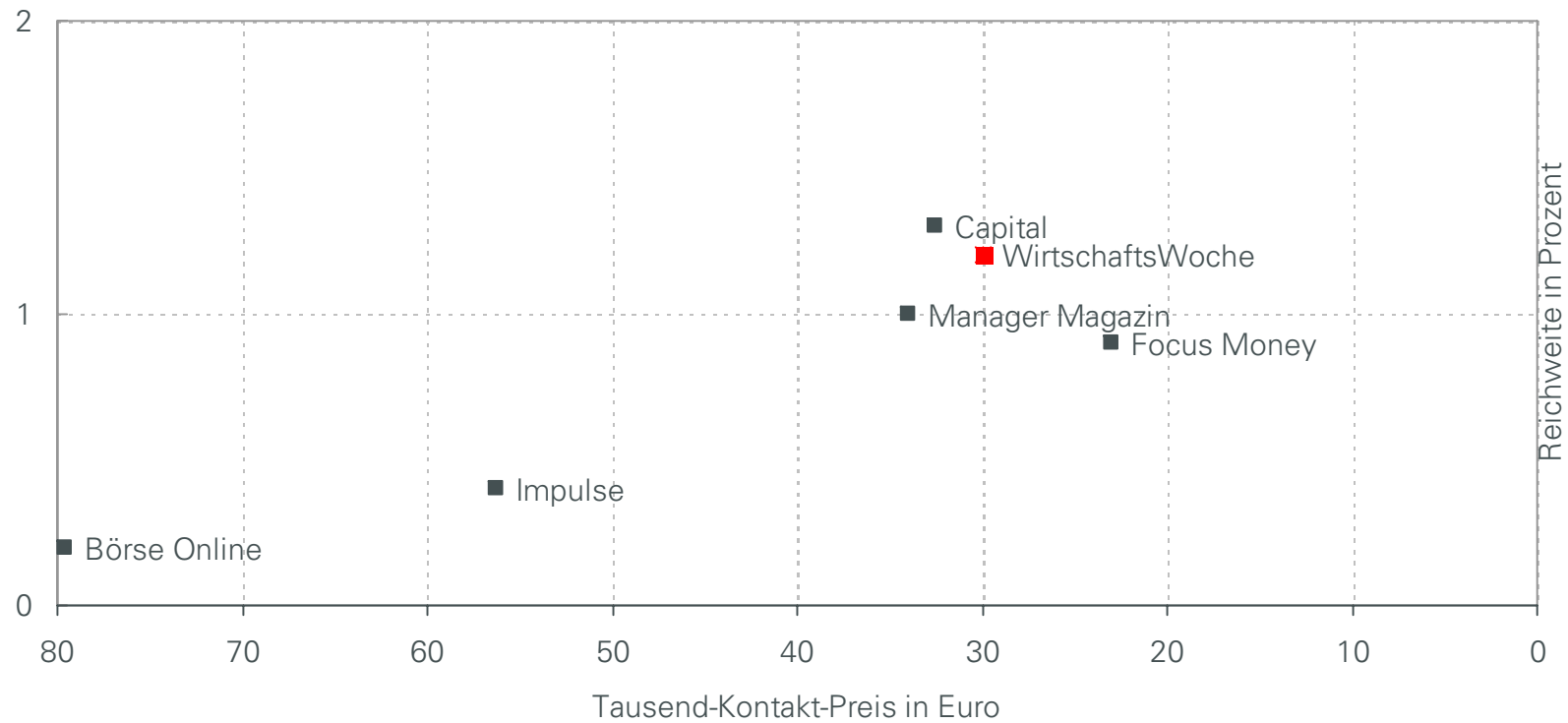
Basis: AWA 2011, Grundgesamtheit: Gesamtbevölkerung ab 14 Jahren = Index 100

# Die WirtschaftsWoche Leistungswerte Nummer 1 für effizientes Entscheidermarketing.



# Leistungswerte im Vergleich

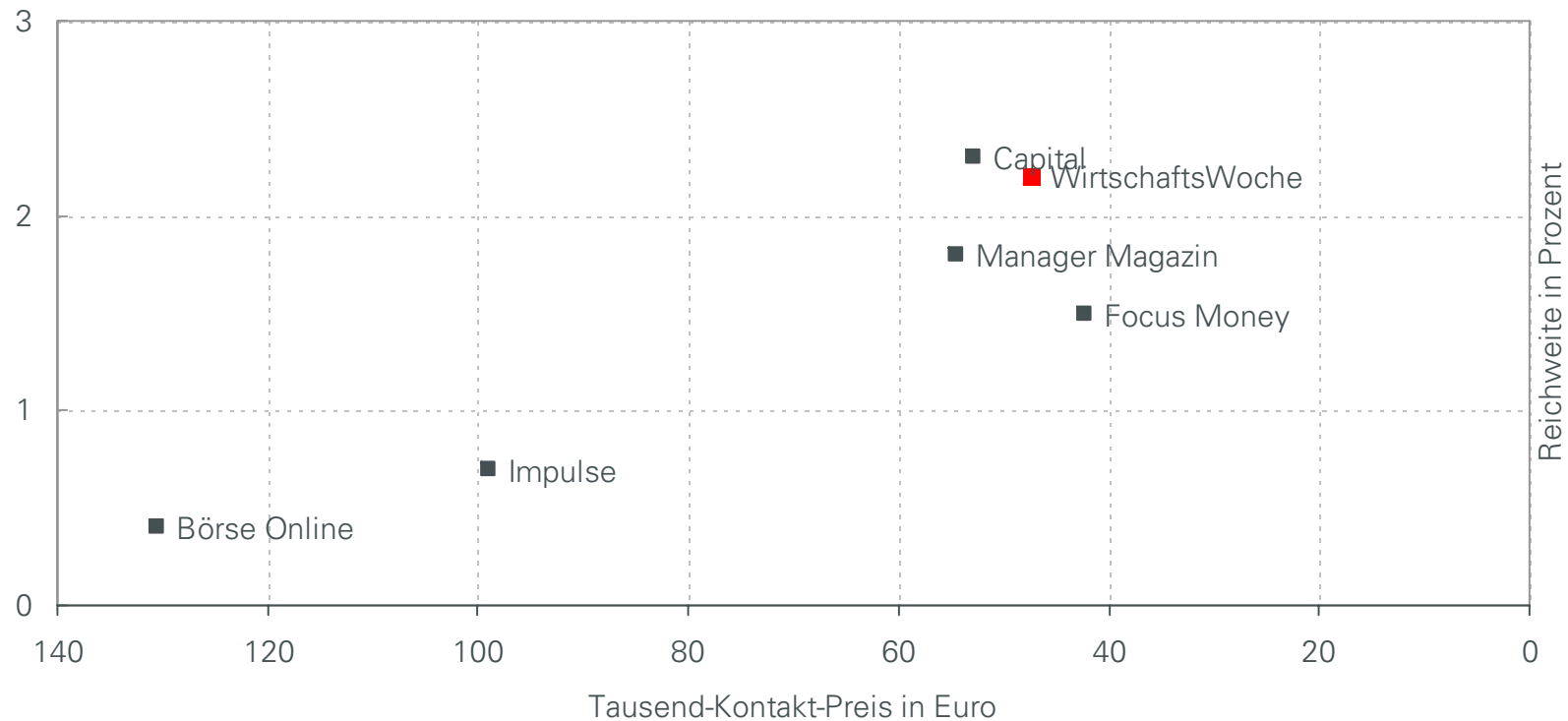
## Zielgruppe: Gesamtbevölkerung (70,33 Mio.)



Quelle: AWA 2011, Grundgesamtheit: Gesamtbevölkerung ab 14 Jahre, Basis: Ø-1/1 Anzeigenpreise 2011

# Leistungswerte im Vergleich

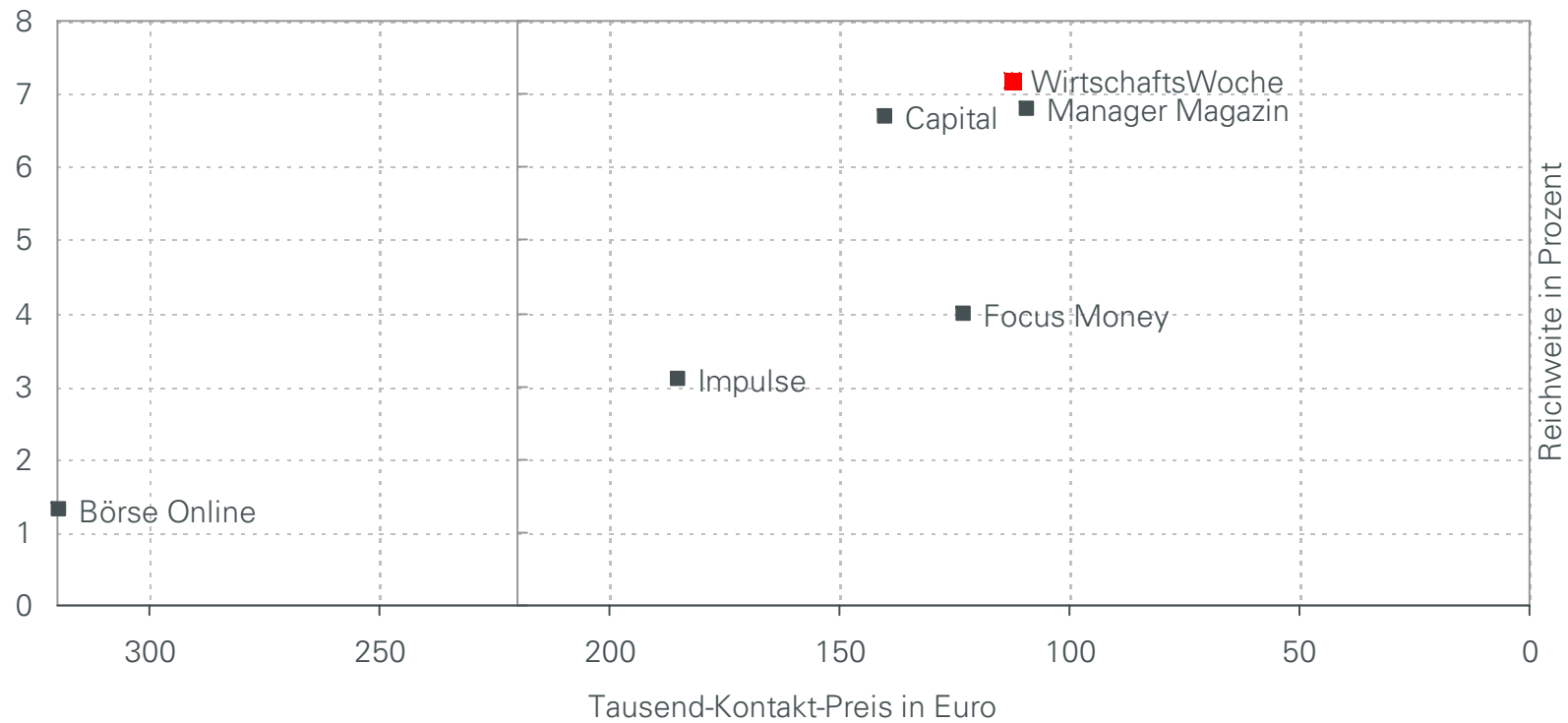
## Zielgruppe: HHNE 3.000 Euro (23,72 Mio.)



Quelle: AWA 2011, Grundgesamtheit: Gesamtbevölkerung ab 14 Jahre, Basis: Ø-1/1 Anzeigenpreise 2011

# Leistungswerte im Vergleich

## Sonderzielgruppe: Berufl. Führungskräfte (3,1 Mio.)



Quelle: AWA 2011, Grundgesamtheit: Gesamtbevölkerung ab 14 Jahre, Basis: Ø-1/1 Anzeigenpreise 2011

# Anhang

## Markenwert, Objektprofil, Ansprechpartner.



# WirtschaftsWoche

## Nichts ist spannender als Wirtschaft.



- Copy-Preis: 4,50 Euro
- Erscheinungsweise: wöchentlich (Sa./Mo.)
- Preis 1/1 Anzeigenseite: 25.200,- Euro
- Verkaufte Auflage: IWW I/2011: 174.448
- Reichweite: 840 Tsd. Leser (AWA 2011)
- Zielgruppe: Entscheider in Wirtschaft und Verwaltung.
- Markenfamilie: wiwo.de  
WirtschaftsWoche Green Economy

Die WirtschaftsWoche ist der Marktführer unter den Wirtschaftsmagazinen Deutschlands. Konsequenter marktwirtschaftlich orientiert und weltoffen analysiert sie die wichtigsten Entwicklungen und globalen Trends und versorgt Entscheider in Wirtschaft und Verwaltung mit fundierten Nachrichten, Informationen und Hintergründen aus der Welt der Wirtschaft.

Damit ist die WirtschaftsWoche der unverzichtbare Navigator durch die immer komplexer werdende Welt der Wirtschaftsnachrichten. Dies auch insbesondere deshalb, weil Sie als einziges der großen Wirtschaftsmagazine in Deutschland wöchentlich erscheint, denn: Nichts ist spannender als Wirtschaft. Woche für Woche.

# Wirtschaftsnachrichten für Entscheider: Immer und überall.



# Ihre Ansprechpartner Wir beraten Sie gerne.



## **Patrick Priesmann**

Anzeigenleiter WirtschaftsWoche  
iq media marketing gmbh  
Kasernenstraße 67  
40213 Düsseldorf  
Telefon 0211 887-2315  
E-Mail: patrick.priesmann@iqm.de

## **Branchenteams**

### **iq media marketing gmbh**

Kasernenstraße 67  
40213 Düsseldorf  
Telefon 0211 887-3355  
E-Mail: branchenbetreuung@iqm.de

## **Online**

### **iq digital media marketing gmbh**

Kasernenstraße 67  
40213 Düsseldorf  
Telefon 0211 887-2626  
Telefax 0211 887-2656  
E-Mail info@iqdigital.de

## **Nielsen 1, 5, 6, 7**

### **iq media marketing gmbh**

Brandstwierte 1 (Neuer Dovenhof)  
20457 Hamburg  
Telefon 040 30183-211  
Telefax 040 30183-283  
E-Mail madeleine.goehring@iqm.de

## **Nielsen 2**

### **iq media marketing gmbh**

Kasernenstraße 67  
40213 Düsseldorf  
Telefon 0211 887-2053  
Telefax 0211 887-2099  
E-Mail eveline.schulze@iqm.de

## **Nielsen 3a**

### **iq media marketing gmbh**

Eschersheimer Landstraße 50  
60322 Frankfurt  
Telefon 069 2424-4510  
Telefax 069 2424-4555  
E-Mail eva-maria.glaser@iqm.de

## **Nielsen 3b, 4**

### **iq media marketing gmbh**

Nymphenburger Straße 14  
80335 München  
Telefon 089 545907-26  
Telefax 089 545907-24  
E-Mail katja.foell@iqm.de

## **International Sales**

### **iq media marketing gmbh**

Gerda Gavric-Hollender  
Kasernenstraße 67  
40213 Düsseldorf  
Telefon 0211 887-2343  
Fax 0211 887-972343  
E-Mail gerda.gavric@iqm.de

## **Österreich**

Internationale Medienvertretung & Service

### **proxymedia e.U.**

Wiesengasse 3  
A - 2801 Katzelsdorf  
Telefon +43 (0)2622 36 7 55  
Telefax +43 (0)1 25 330 333 989  
E-Mail michael.schachinger@proxymedia.at

## **Schweiz**

### **Top Media Sales GmbH**

Chamerstrasse 56  
CH - 6300 Zug  
Telefon +41 (0)41 7105701  
Telefax +41 (0)41 7105703  
E-Mail walter.vonsiebenthal@topmediasales.ch