

Handelsblatt Mittelstand



Handelsblatt

Redaktionelle Kompetenz

- Das Handelsblatt erreicht die Entscheider der Wirtschaft. Dies gilt auch und im besonderen Maße für den Mittelstand.
- Das Handelsblatt erzielt bei Entscheidern im Mittelstand die höchste Reichweite unter den überregionalen Zeitungen und Wirtschaftsmagazinen - 10,7% laut LAE 2011.
- Mittelstandsthemen gehören seit Jahren zu den wichtigsten redaktionellen Kompetenzfeldern des Handelsblattes.
- Das Handelsblatt berichtet tagesaktuell über und für die mittelständische Wirtschaft. Relevante Themen erscheinen in allen Ressorts.
- Aktuell, gut recherchiert, nutzwertig und genau auf das Informationsbedürfnis der Zielgruppe zugeschnitten.
- Das Handelsblatt ist damit immer erste Wahl, wenn Ihre Kampagne die Entscheider im Mittelstand erreichen soll.

Kommunikation mit dem Mittelstand ist planbar



Mittelstand im Handelsblatt

Montag ist Mittelstandstag

- Die neuen Mittelstand-Seiten im Handelsblatt – Ihr ideales Kommunikationsumfeld zur Ansprache der Entscheider des Mittelstandes
- Jeden Montag wird im Ressort Unternehmen & Märkte das Thema Mittelstand mit einer eigenen Doppelseite im Fokus stehen
- Die Berichterstattung highlightet jeweils ein besonders relevantes Thema rund um den Mittelstand
- Hoher Wiedererkennungseffekt und Planbarkeit durch eigene Ressortleiste „Der deutsche Mittelstand“



Start: 02.01.2012

ET: Jeden Montag

AS: 1 Woche vor ET

*Preis zzgl. MwSt. gemäß aktueller Preisliste Nr. 67 gültig ab 01.01.2012, alle Preise rabatt- und AE-fähig. Weitere Formate auf Anfrage.

Mittelstand im Handelsblatt

Spezial: Mittelstandsfinanzierung

Mittelstandsfinanzierung

berichtet 4 x im Jahr
rund um das Thema
Mittelstandsfinanzierung

Themenfelder:

- Kreditvergabe
- Private Equity
- Restrukturierungsfinanzierung
- Anschlussfinanzierung
- Leasing
- Verbriefung
- Staatliche Förderung

Anzeigenbeispiel
Big Island
148 x 148 mm
18.800€*

Handelsblatt Spezial	ET	AS
Mittelstandsfinanzierung I	14.03.12	05.03.12
Mittelstandsfinanzierung II	09.05.12	03.05.12
Mittelstandsfinanzierung III	24.09.12	13.09.12
Mittelstandsfinanzierung IV	15.11.12	06.11.12

*Preis zzgl. MWSt. gemäß aktueller Preisliste Nr. 67 gültig ab 01.01.2012, alle Preise rabatt- und AE-fähig. Weitere Formate auf Anfrage.

Mittelstand im Handelsblatt Spezial: Partner für den Mittelstand

Partner für den Mittelstand

berichtet 4 x im Jahr
rund um die mittelständische
Wirtschaft

Themenfelder:

- Strategie
- Informationstechnik
- Mittelstandsfinanzierung
- Unternehmensgründung/Start Up
- Recht + Steuern
- Weiterbildung



Anzeigenbeispiel
1/2 Seite quer
249 x 186 mm
27.000€*

Handelsblatt Spezial	ET	AS
Partner für den Mittelstand I	29.02.12	17.02.12
Partner für den Mittelstand II	19.04.12	10.04.12
Partner für den Mittelstand III	06.09.12	28.08.12
Partner für den Mittelstand IV	25.10.12	16.10.12

*Preis zzgl. MWSt. gemäß aktueller Preisliste Nr. 67 gültig ab 01.01.2012, alle Preise rabatt- und AE-fähig. Weitere Formate auf Anfrage.

Mittelstand im Handelsblatt Spezial: Perspektiven für den Mittelstand

Perspektiven für den Mittelstand

berichtet 2 x im Jahr
über aktuelle Herausforderungen für
mittelständische Unternehmen

Themenfelder:

- Unternehmensgründung/Start Up
- Expansion
- Innovationskraft
- Strategie
- Mittelstandsfinanzierung
- Informationstechnik

The image shows a magazine spread with several articles. The main headline is 'Der Turbo für das Wachstum'. Other visible headlines include 'Deutsche Firmen setzen auf die Märkte Asiens' and 'Mittelständler gehen neue Wege im Marketing'. A small photo of a woman working at a computer is also visible.

Anzeigenbeispiel
Magazin Eckfeld

198,5 x 270 mm

31.600€*

Handelsblatt Spezial	ET	AS
Perspektiven für den Mittelstand I	15.06.12	05.06.12
Perspektiven für den Mittelstand II	06.12.12	27.11.12

*Preis zzgl. MWSt. gemäß aktueller Preisliste Nr. 67 gültig ab 01.01.2012, alle Preise rabatt- und AE-fähig. Weitere Formate auf Anfrage.

Handelsblatt und der Mittelstand - eine engagierte Partnerschaft

Neben dem täglichen redaktionellen Engagement für den Mittelstand und seine Informationsbedürfnisse ehrt das Handelsblatt Anfang des Jahres herausragende Unternehmer-Persönlichkeiten aus dem Mittelstand in der Hall of Fame.

Spitzenleistung ist Familiensache.
Darum ehren wir auch 2012 herausragende Persönlichkeiten des Mittelstands.

PIONIERE DER WIRTSCHAFT 2012

Das Handelsblatt ist ein führender Wirtschafts- und Unternehmensmagazin. Wir bieten Ihnen die besten Informationen für Ihren Erfolg. Besuchen Sie unsere Website www.handelsblatt.com/mittelstand.

Handelsblatt
Substanz entscheidet.

PREISTRÄGER KLAUS FISCHER Der globale Schwarzwälder

Die Döbel-Firma seines Vaters hat er zu einem internationalen Imperium aufgebaut. Gebürtlich laiblich Fischer labert Erzieher, Managementexperten und schwedischen Investoren ein.

Sich ein Kaiser über sein Reich zu erheben ist die Aufgabe eines Herrschers. In der Lage zu sein, über die Grenzen hinweg zu herrschen, ist die Aufgabe eines globalen Unternehmers. Klaus Fischer hat es geschafft. Er hat die Döbel-Firma seines Vaters zu einem internationalen Imperium aufgebaut. Gebürtlich laiblich Fischer labert Erzieher, Managementexperten und schwedischen Investoren ein. Er hat die Döbel-Firma seines Vaters zu einem internationalen Imperium aufgebaut. Gebürtlich laiblich Fischer labert Erzieher, Managementexperten und schwedischen Investoren ein.



PREISTRÄGER MARTIN KANNENESSER Der Wanderer zwischen den Welten

Der Wandel führt zu aussergewöhnlichen Depressions- aber erbringt für Unternehmen des weltweiten Einzelhandels neue Chancen.

Martin Kannenesser ist ein Mann, der zwischen den Welten wandert. Er hat die Döbel-Firma seines Vaters zu einem internationalen Imperium aufgebaut. Gebürtlich laiblich Fischer labert Erzieher, Managementexperten und schwedischen Investoren ein. Er hat die Döbel-Firma seines Vaters zu einem internationalen Imperium aufgebaut. Gebürtlich laiblich Fischer labert Erzieher, Managementexperten und schwedischen Investoren ein.



Hall of Fame: Das Handelsblatt zeichnet Pioniere der Wirtschaft aus

Das Handelsblatt hat Anfang des Jahres die Hall of Fame der Familienunternehmen 2012 vorgestellt. In dieser Ausgabe werden die herausragenden Persönlichkeiten des Mittelstands geehrt. Die Hall of Fame ist eine Initiative des Handelsblatts, die seit 2008 besteht. In der Hall of Fame werden die herausragenden Persönlichkeiten des Mittelstands geehrt. Die Hall of Fame ist eine Initiative des Handelsblatts, die seit 2008 besteht.

© Handelsblatt, 2012. Alle Rechte vorbehalten. Die Fotos sind Eigentum der jeweiligen Unternehmen. Die Hall of Fame ist eine Initiative des Handelsblatts, die seit 2008 besteht.

Anhang

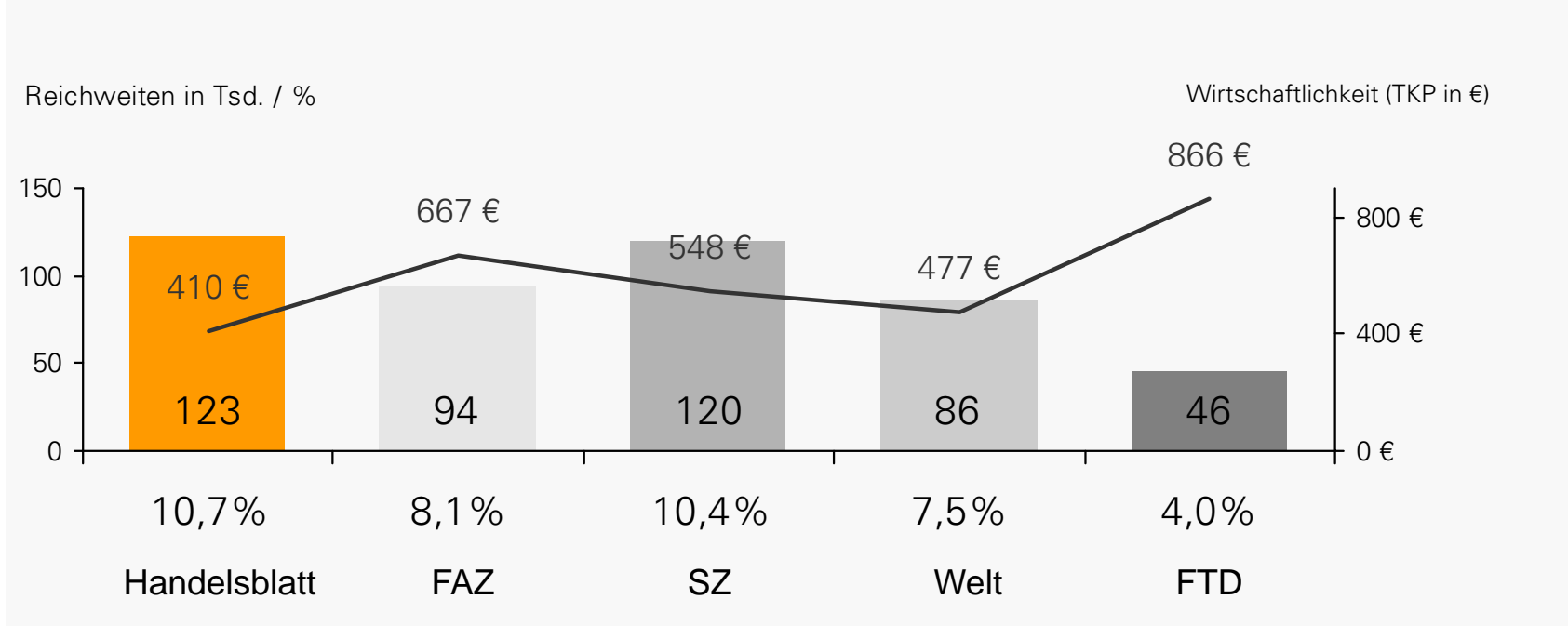
Mittelstand - Rückgrat der Wirtschaft

- Der Mittelstand ist die breite Basis der deutschen Wirtschaft. Mehr als 60% aller Beschäftigten arbeiten in mittelständischen Unternehmen. Ebenso groß ist der Anteil bei der beruflichen Ausbildung.
- Rund 40% der in Deutschland erwirtschafteten Umsätze werden im Mittelstand generiert.
- Definition Mittelstand (KMU):
 - 10 – 499 Beschäftigte
 - 1 – 50 Mio. € Umsatz
 - in der Regel Eigentümer geführt

Quelle: IFM Institut für Mittelstand, Bonn

Handelsblatt - Top beim Mittelstand im Vergleich mit überregionalen Zeitungen

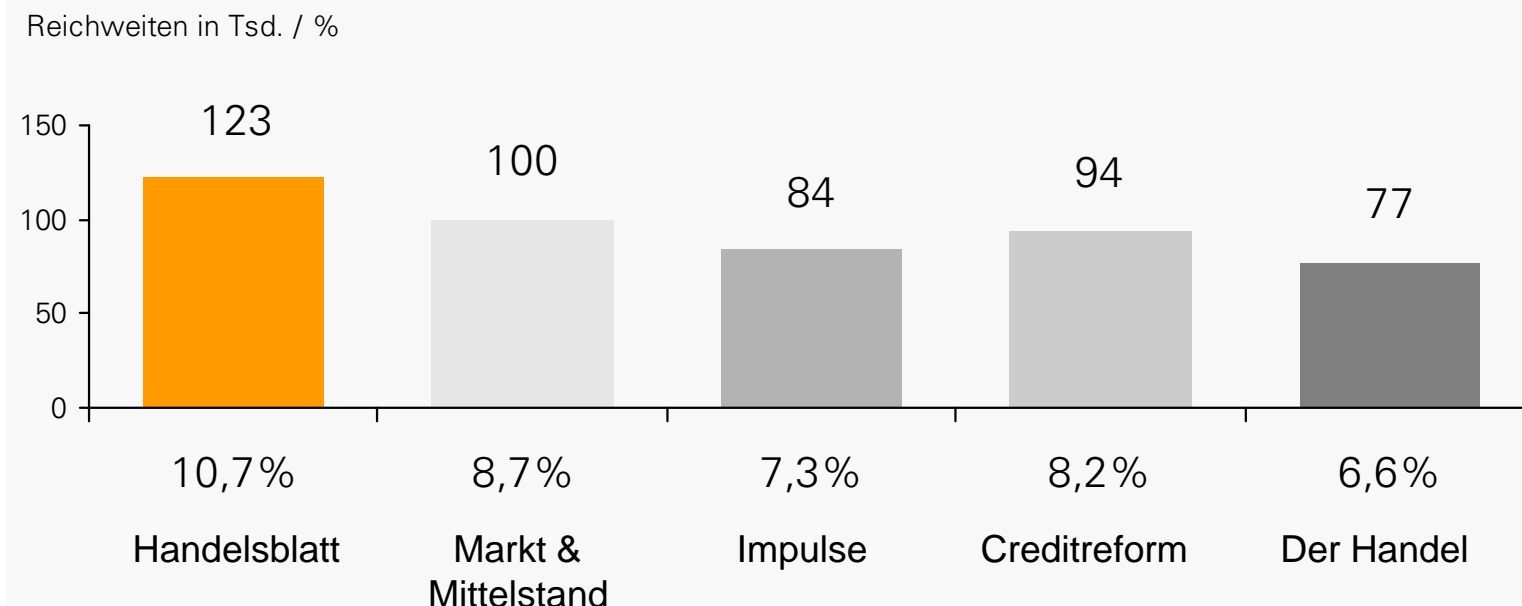
Die Zielgruppe Mittelstand erreicht das Handelsblatt besser als alle anderen überregionalen Tageszeitungen. Höchste Reichweite und beste Wirtschaftlichkeit bei Entscheidern:



Quelle: LAE 2011 Basis: 1.153 Tsd. Entscheider | Mittelstand: bis 500 Beschäftigte/bis 50 Mio. € Umsatz
Preise 2012 (1/1 S. 4c)

Handelsblatt - Top beim Mittelstand im Vergleich mit Mittelstandsmagazinen

Auch gegen die Mittelstandsmagazine setzt sich das Handelsblatt mit der höchsten Reichweite durch:

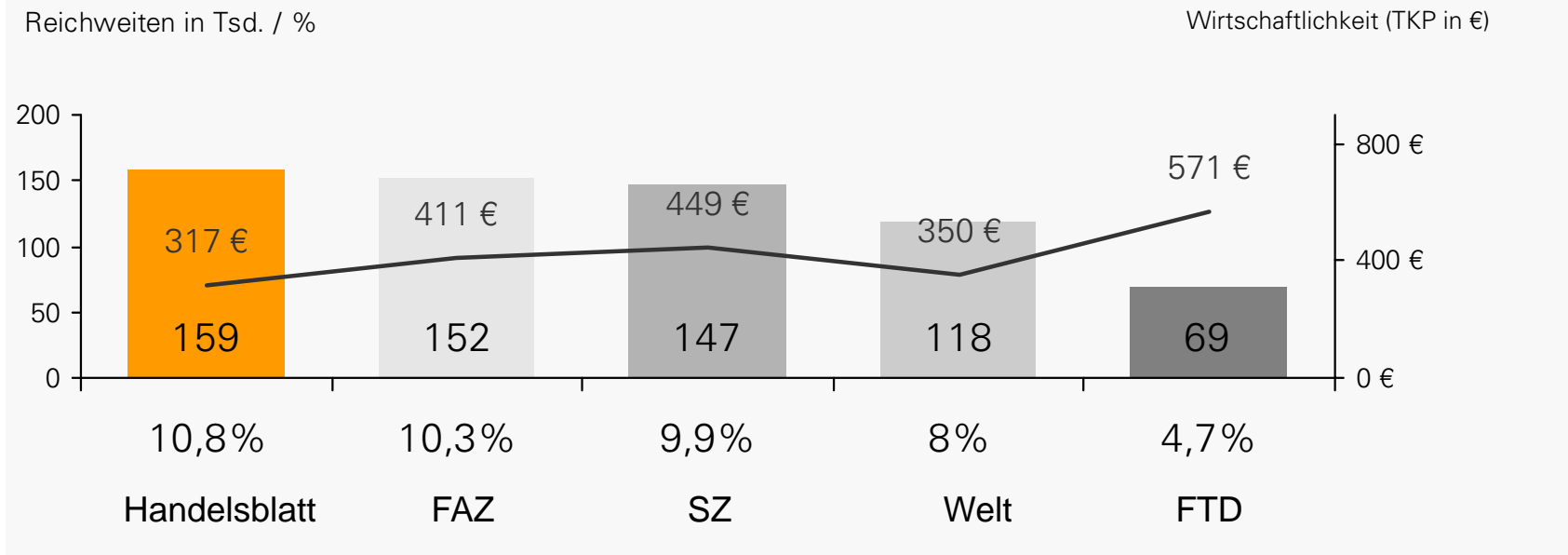


Quelle: LAE 2011 Basis: 1.153 Tsd. Entscheider | Mittelstand: bis 500 Beschäftigte/bis 50 Mio. € Umsatz

Handelsblatt - Top bei Entscheidern Finanzplanung, Kapitalgeschäfte



Im Vergleich mit allen anderen überregionalen Tageszeitungen erzielt das Handelsblatt die höchste Reichweite und beste Wirtschaftlichkeit bei Entscheidern Finanzen:

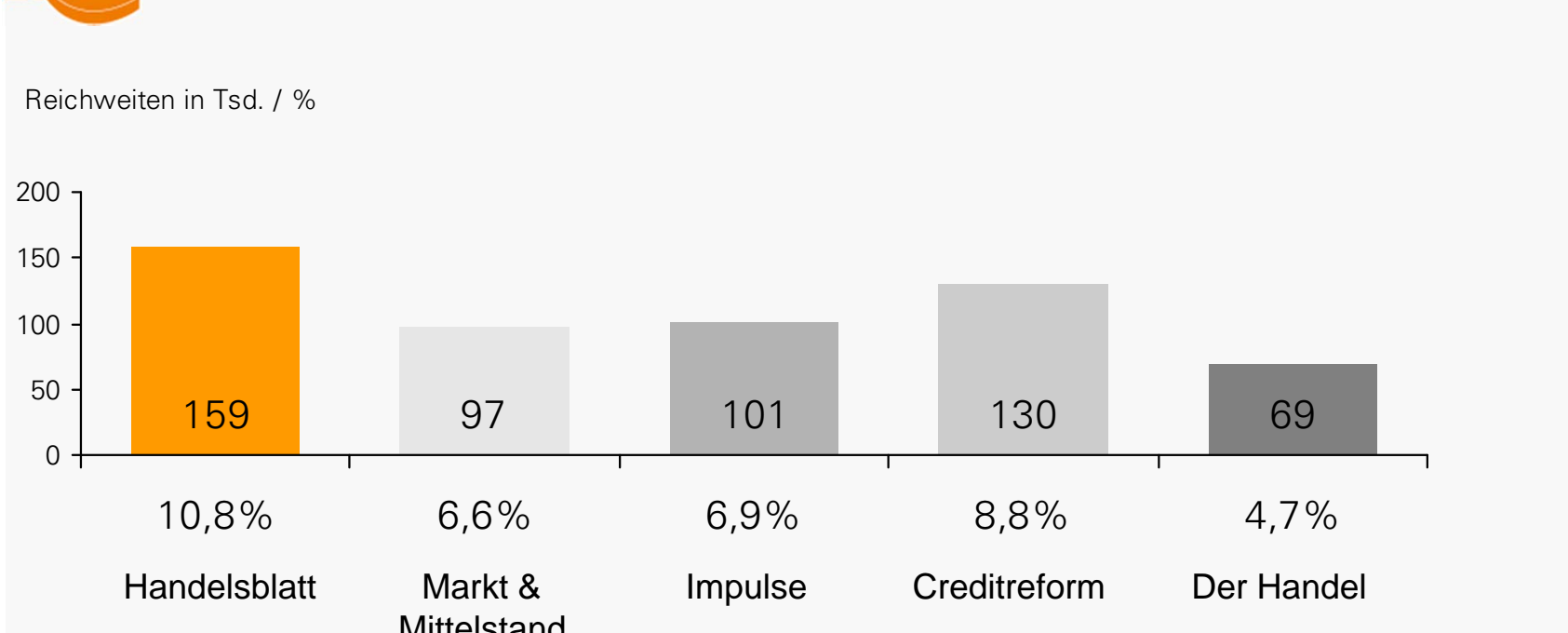


Quelle: LAE 2011 Basis: 1.474 Tsd. Entscheider | Allein-/delegation/Mitentscheider Finanzen: Finanzplanung/ Geld-/ Kapitalanlage
Preise 2012 (1/1 S. 4c)

Handelsblatt - Top bei Entscheidern Finanzplanung, Kapitalgeschäfte



Auch gegen die Mittelstandsmagazine setzt sich das Handelsblatt in der Zielgruppe Finanzentscheider mit der höchsten Reichweite durch:

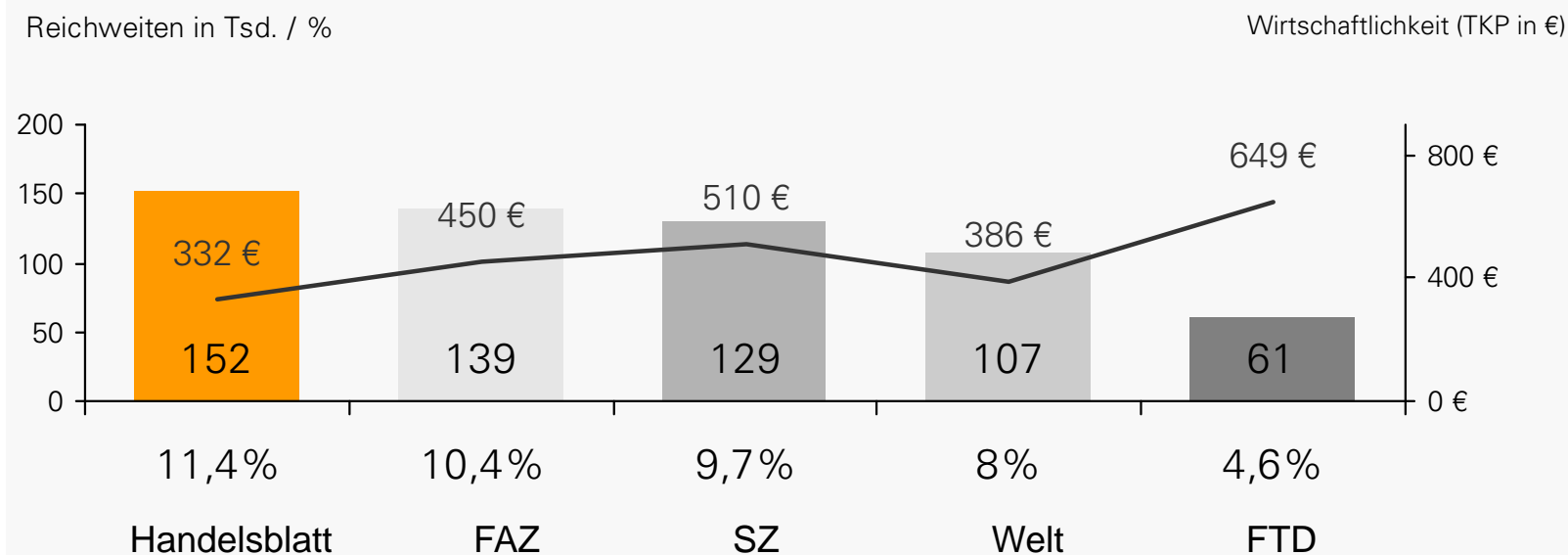


Quelle: LAE 2011 Basis: 1.474 Tsd. Entscheider | Allein-/delegation/Mitentscheider Finanzen: Finanzplanung/ Geld-/ Kapitalanlage

Handelsblatt - Top bei Entscheidern Fuhrpark



Höchste Reichweite und beste Wirtschaftlichkeit im Vergleich mit allen anderen ÜTZ bei Entscheidern Fuhrpark:

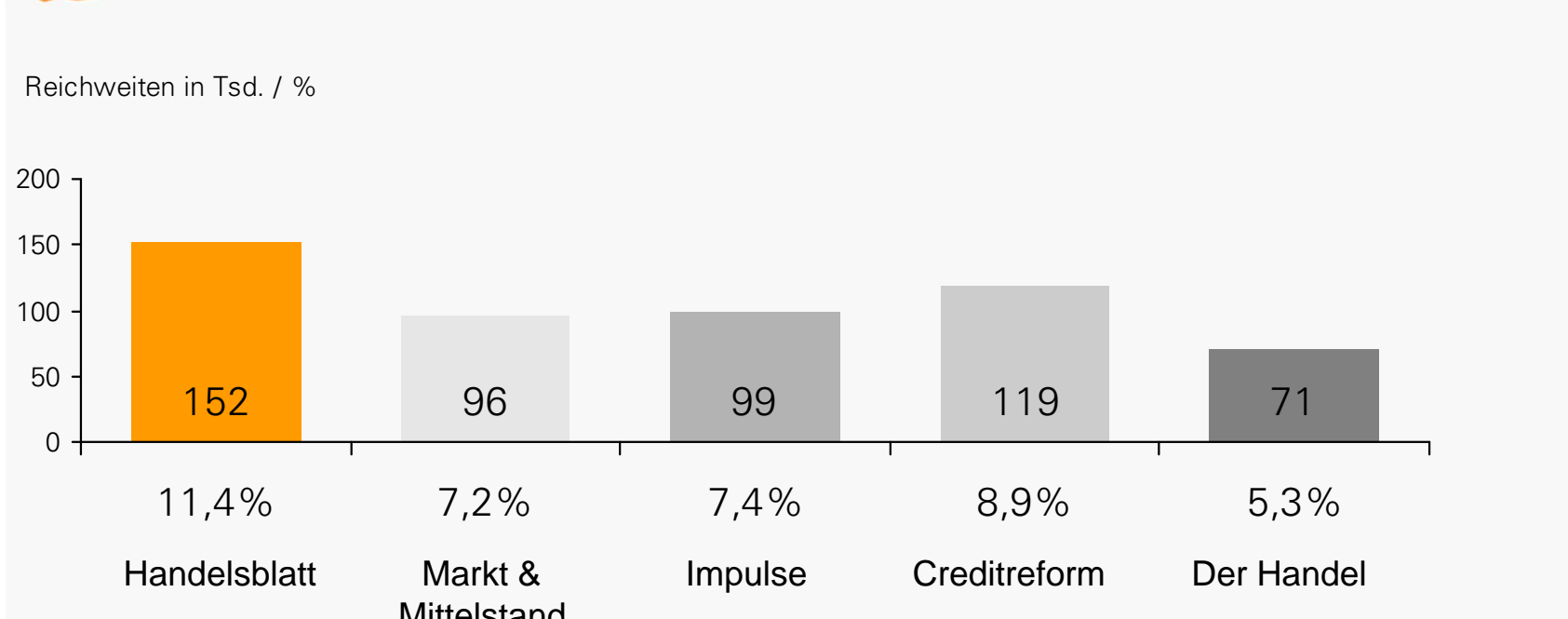


Quelle: LAE 2011 Basis: 1.335 Tsd. Entscheider | Allein-/delegation/Mitentscheider PKW/ Geschäfts-/Dienstwagen/ Fuhrpark
Preise 2012 (1/1 S. 4c)

Handelsblatt - Top bei Entscheidern Fuhrpark



Auch gegen die Mittelstandsmagazine setzt sich das Handelsblatt in der Zielgruppe Entscheider Fuhrpark mit der höchsten Reichweite durch:

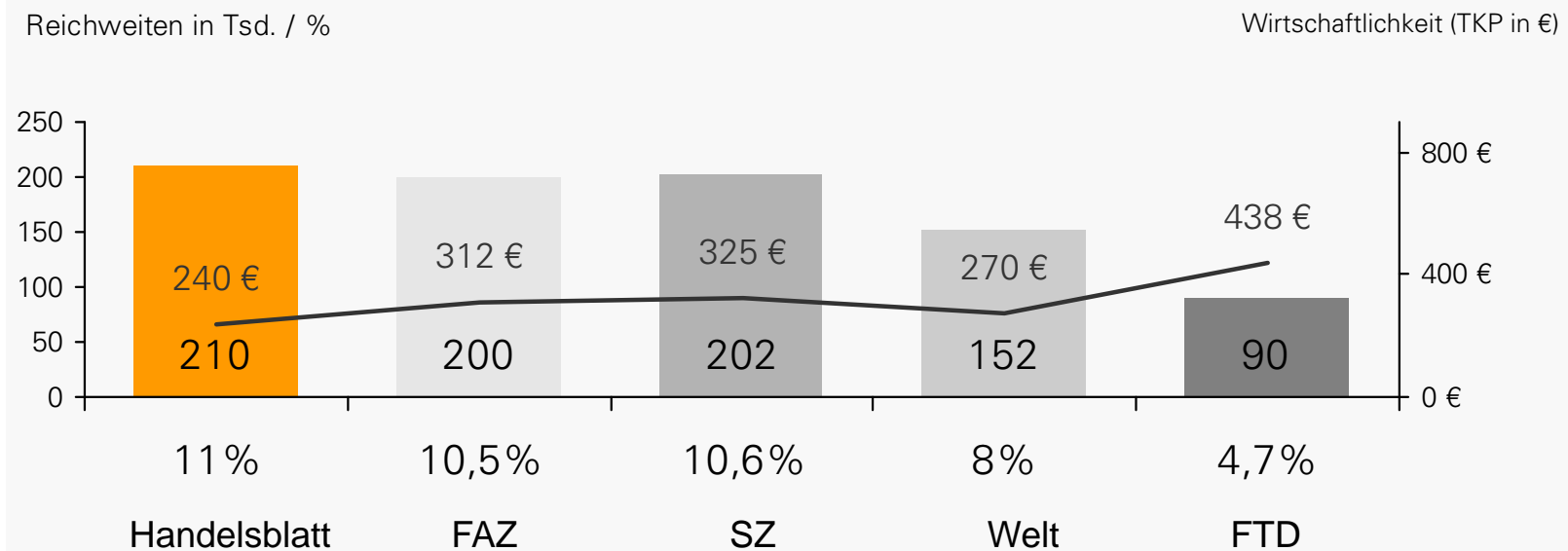


Quelle: LAE 2011 Basis: 1.335 Tsd. Entscheider | Allein-/delegation/Mitentscheider PKW/ Geschäfts-/Dienstwagen/ Fuhrpark

Handelsblatt - Top bei Entscheidern IT & Kommunikation



Top-Reichweite und Top-Wirtschaftlichkeit im Vergleich mit allen anderen ÜTZ bei ITK-Entscheidern:

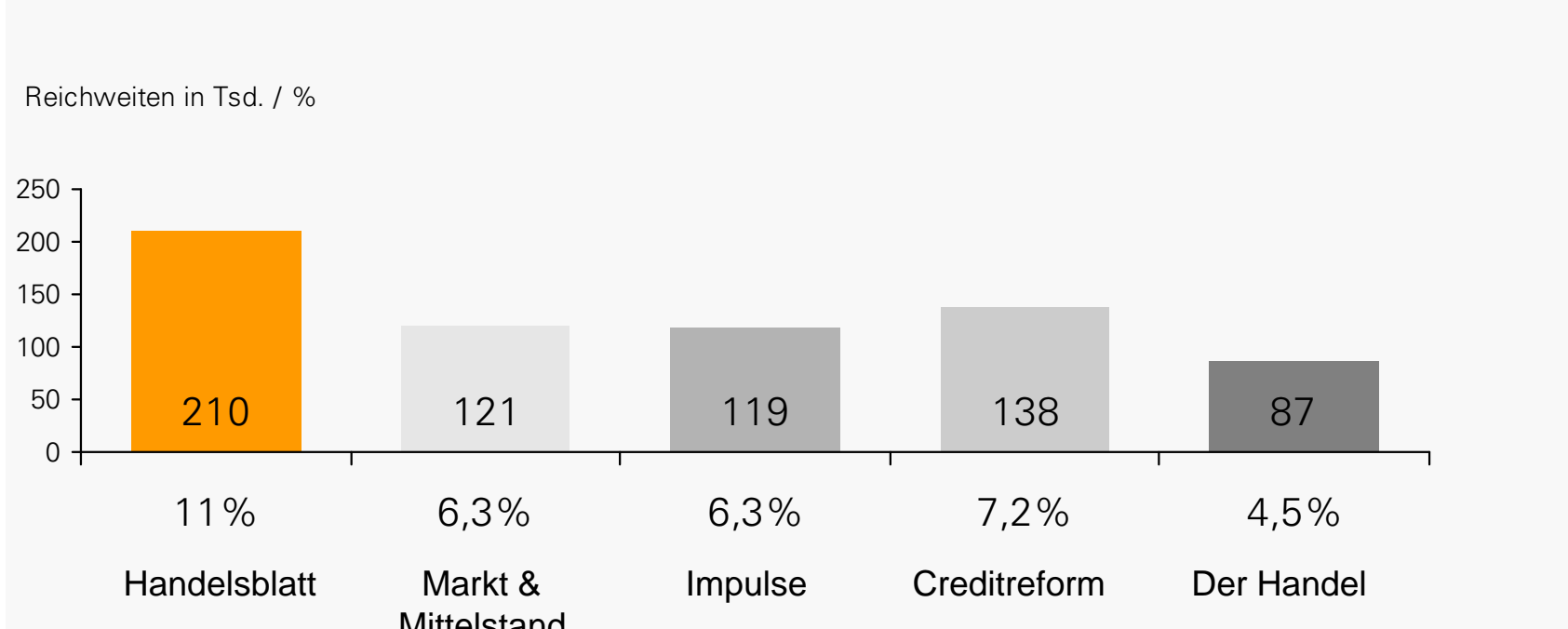


Quelle: LAE 2011 Basis: 1.908 Tsd. Entscheider | Allein-/delegation/Mitentscheider Verwaltung, Organisation, IT: ITK-Entscheider
Preise 2012 (1/1 S. 4c)

Handelsblatt - Top bei Entscheidern IT & Kommunikation



Gegenüber den Mittelstandsmagazinen liegt das Handelsblatt in der Zielgruppe ITK-Entscheider deutlich vorne:

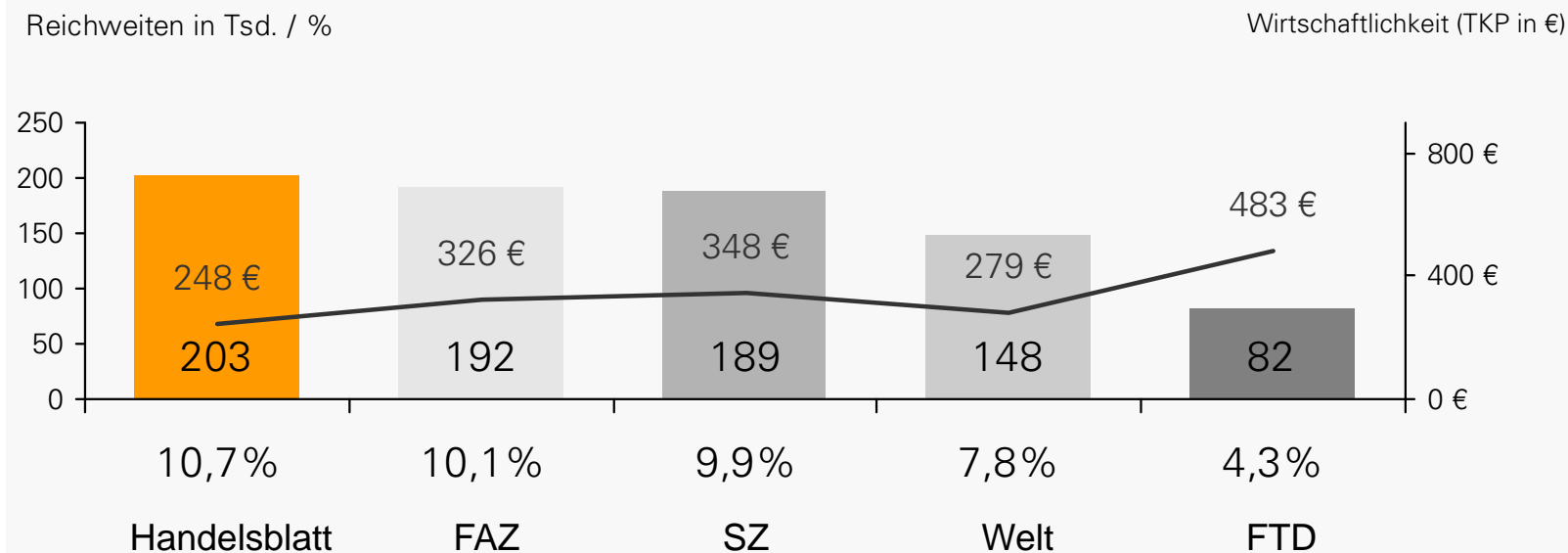


Quelle: LAE 2011 Basis: 1.908 Tsd. Entscheider | Allein-/delegation/Mitentscheider Verwaltung, Organisation, IT: ITK-Entscheider

Handelsblatt - Top bei Entscheidern Produktion und Logistik



Hohe Reichweite und Top-Wirtschaftlichkeit im Vergleich mit allen anderen ÜTZ bei Entscheidern aus Produktion & Logistik:

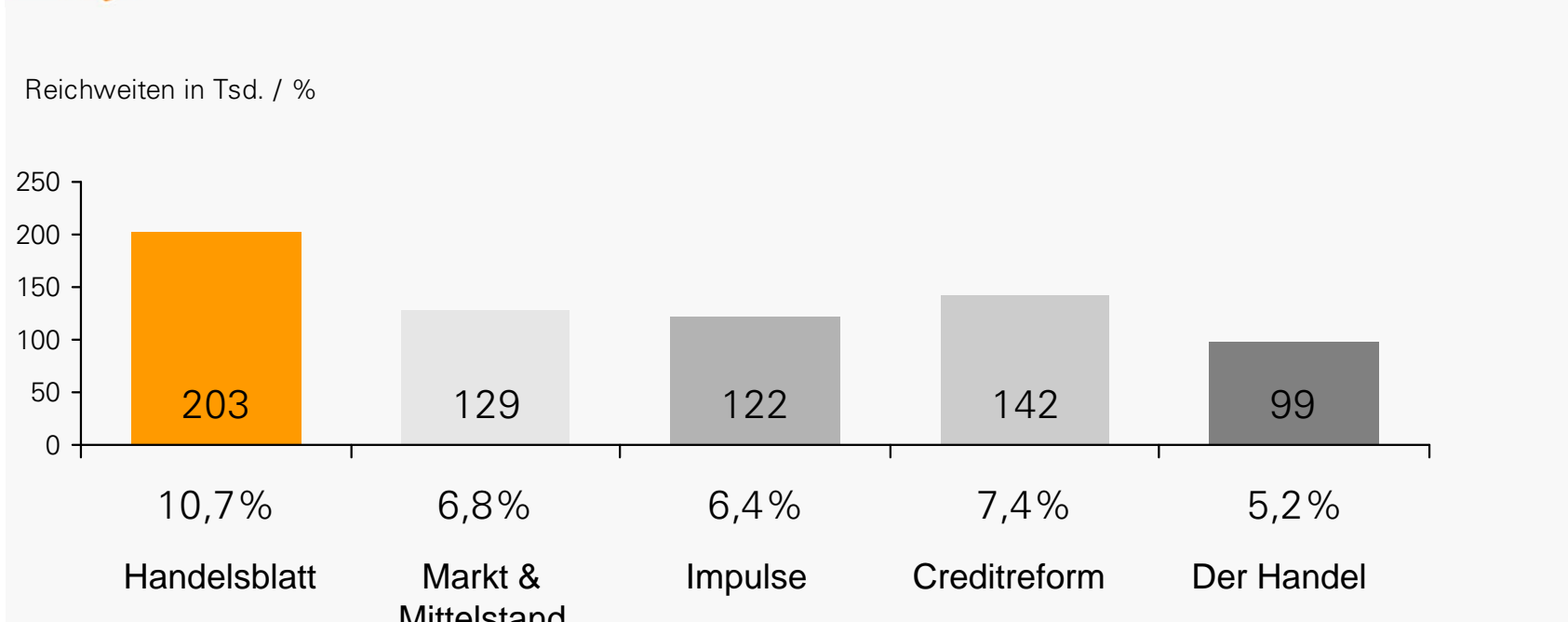


Quelle: LAE 2011 Basis: 1.903 Tsd. Entscheider | Allein-/delegation/Mitentscheider Produktion/ Logistik/ Materialwirtschaft
Preise 2012 (1/1 S. 4c)

Handelsblatt - Top bei Entscheidern Produktion und Logistik



Auch gegenüber den Mittelstandsmagazinen liegt das Handelsblatt in der Zielgruppe Entscheider Produktion & Logistik deutlich vorne:

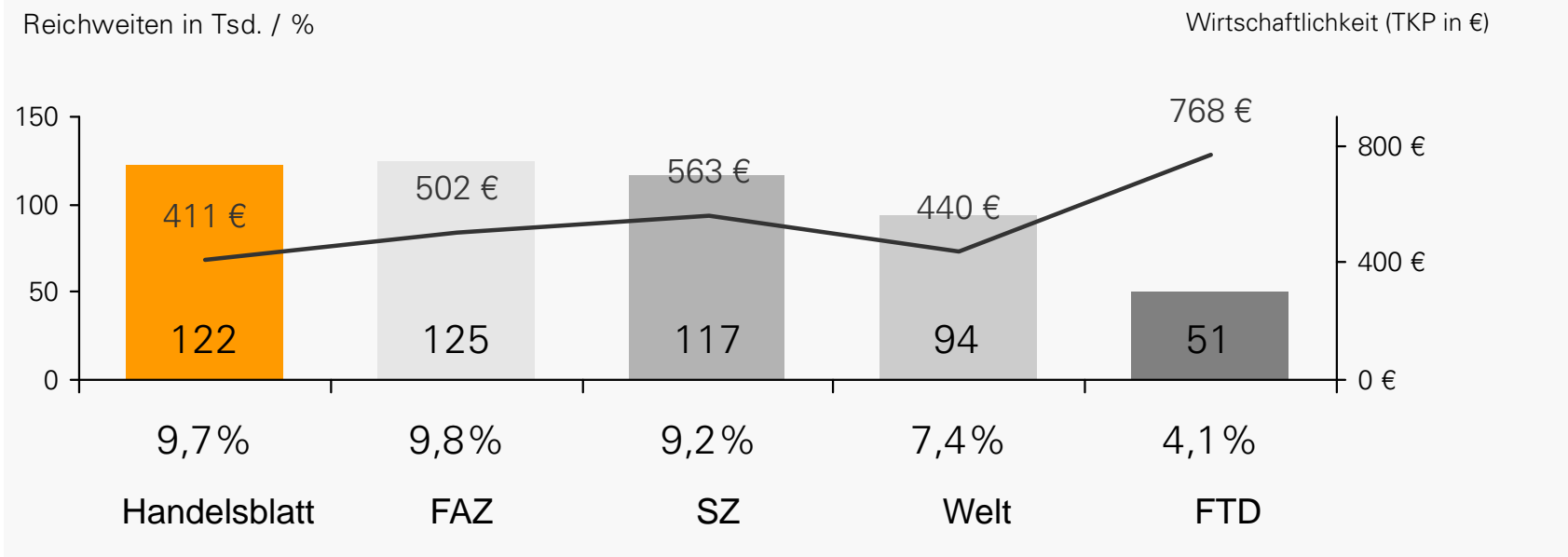


Quelle: LAE 2011 Basis: 1.903 Tsd. Entscheider | Allein-/delegation/Mitentscheider Produktion/ Logistik/ Materialwirtschaft

Handelsblatt - Top bei Entscheidern Energie



Bestes Preis-Leistungs-Verhältnis im Vergleich mit allen anderen ÜTZ bei Energie-Entscheidern:

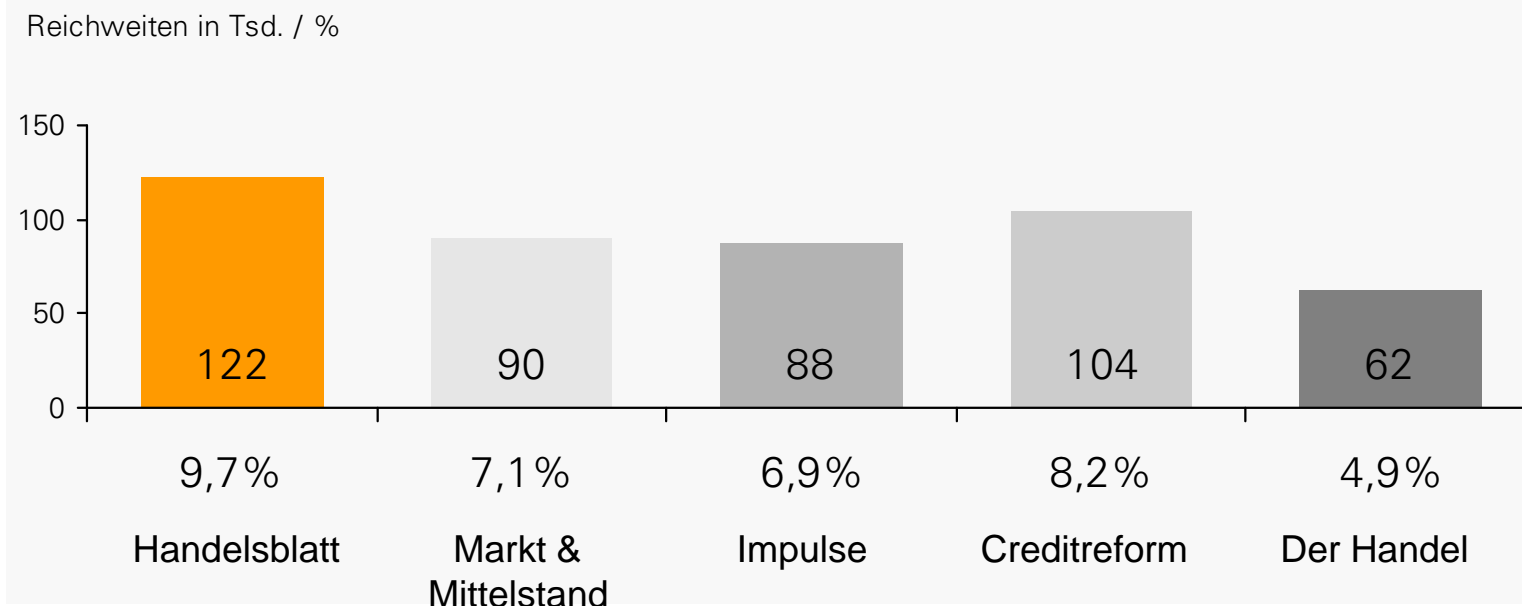


Quelle: LAE 2011 Basis: 1.269 Tsd. Entscheider | Allein-/delegation/Mitentscheider Energie, z. B. Auswahl des Lieferanten
Preise 2012 (1/1 S. 4c)

Handelsblatt - Top bei Entscheidern Energie



Höchste Reichweite im Vergleich mit den Mittelstandsmagazinen in der Zielgruppe Entscheider Energie:



Quelle: LAE 2011 Basis: 1.269 Tsd. Entscheider | Allein-/delegation/Mitentscheider Energie, z. B. Auswahl des Lieferanten

Handelsblatt – Ihr Partner für den Mittelstand



- Das Handelsblatt bietet ein ideales Werbeumfeld, z.B. für Banken, IT-Anbieter, Beratungsdienste, Transport + Logistik, Ausrüster, Dienstleistungen. Für alle, die den Mittelstand im Fokus haben, hat das Handelsblatt die passende Werbeplattform.
- Durch höchste Reichweiten bei Entscheidern im Mittelstand und das breite Themenspektrum bringt das Handelsblatt Sie ganz nah an Ihre Zielgruppe heran.
- Handelsblatt - zielgerichtet den Mittelstand erreichen.



Wir beraten Sie gerne.



Düsseldorf

iq media marketing gmbh

Kasernenstraße 67
40213 Düsseldorf
Telefon 0211 887-2053/55
Fax 0211 887-972053/55
E-Mail eveline.schulze@iqm.de

Frankfurt

iq media marketing gmbh

Eschersheimer Landstraße 50
60322 Frankfurt
Telefon 069 2424-4510
Fax 069 2424-594510
E-Mail eva-maria.guckes@iqm.de

München

iq media marketing gmbh

Nymphenburger Straße 14
80335 München
Telefon 089 545 907 26
Fax 089 545 907 167
E-Mail katja.foell@iqm.de

Online

iq digital media marketing gmbh

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

TV

iq media marketing gmbh

Marlene-Dietrich-Platz 5
10785 Berlin
Telefon 030 2090-4884
Fax 0211 887-978315
E-Mail teresa.vidal@iqm.de

International Sales

iq media marketing gmbh

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
Fax +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
Fax +41 (0)41 7105703
E-Mail walter.vonsiebenthal@topmediasales.ch