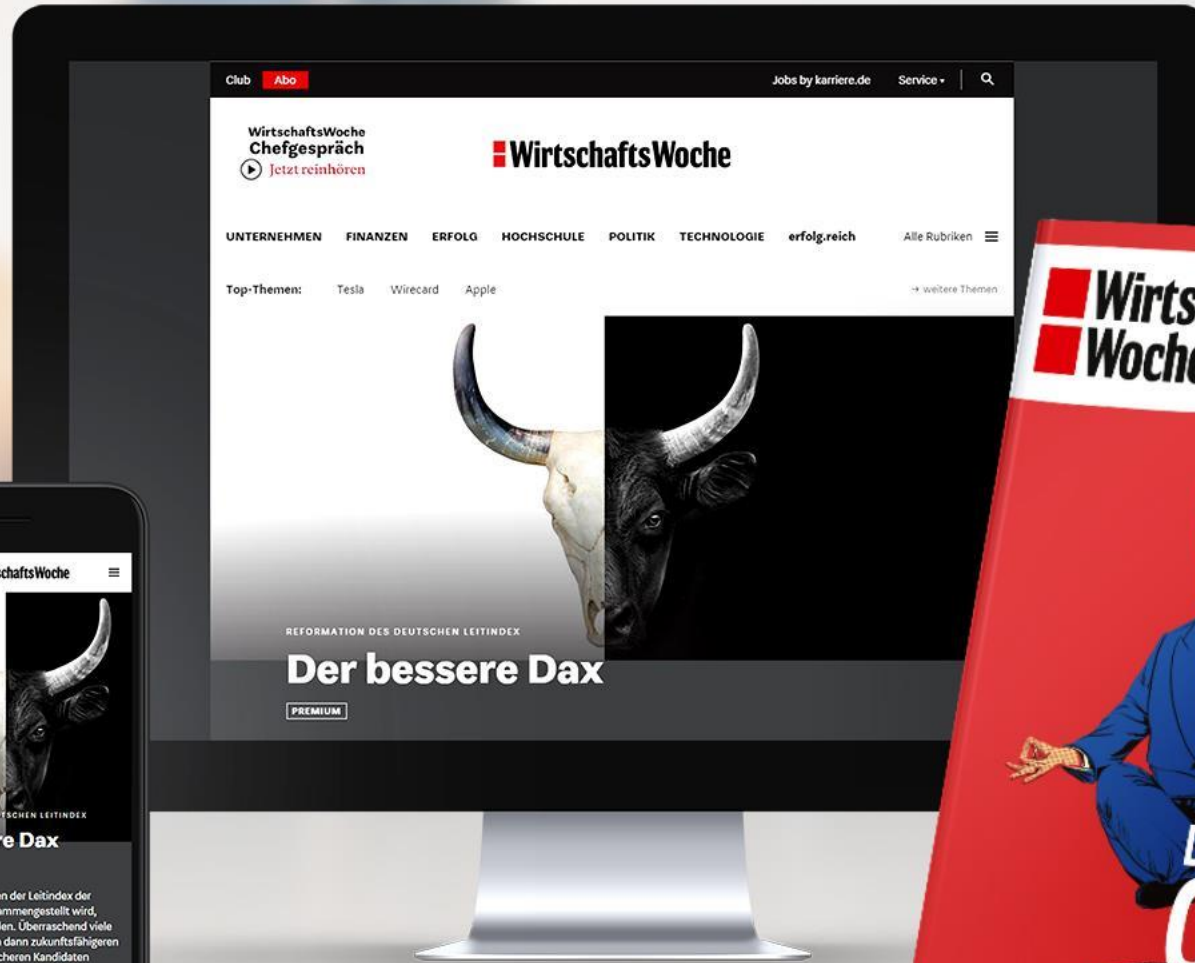


BASISPRÄSENTATION WIRTSCHAFTSWOCHE 2021



Unsere Mission

„Die WirtschaftsWoche ist der Coach und Kompass für alle Ambitionierten, die mehr verstehen und verdienen wollen.“

Beat Balzli – Chefredakteur WirtschaftsWoche



**Vom Beobachter
zum Verstehender**

in einer
WirtschaftsWoche

Wirtschaftspolitik, Unternehmen,
Geldanlage: Wir liefern Ihnen die
überraschenden Hintergründe und
Zusammenhänge aktueller Nach-
richten. Profitieren Sie von konkreten
Tipps zu Finanzen und Karriere.
Gedruckt, im Web und als App.

Jetzt 4 Wochen Print + digital
testen: wwo.de/verstehen



**Wirtschafts
Woche**
Verstehen zählt sich aus.

VERSTEHEN ZAHLT SICH AUS

Die WirtschaftsWoche ist das führende deutsche Wirtschaftsmagazin für Entscheider mit allen aktuellen Fakten und Hintergründen - gedruckt, digital und live



Print

Die WirtschaftsWoche beleuchtet alle relevante Wirtschaftsthemen der Woche und gibt ihren Lesern neue Perspektiven, klare Positionen und alle notwendigen Hintergrundinformationen.



Digital

Die WirtschaftsWoche erreicht täglich rund eine Million digitale Nutzer mit allen aktuellen Wirtschaftsnachrichten über die Website, das eMagazin, die WirtschaftsWoche App, Newsletter und die verschiedenen Social Media-Kanäle.



Live

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

DAS LEITMEDIUM DER WIRTSCHAFT



- Copy-Preis: 6,90 Euro
- Erscheinungsweise: wöchentlich freitags
- Preis 1/1 Anzeigenseite 2021: 32.800 Euro
- Verkaufte Auflage: 129.518 (IVW III/2020)
- Reichweite: 958 Tsd. Leser (ma II/2020) 268 Tsd. Leser (LAE 2020)
- Zielgruppe: Meinungsführer & Multiplikatoren
- Medienkanäle: Print
Online
Mobile
Events

DIE WIRTSCHAFTSWOCHE

... ist das größte wöchentliche Wirtschaftsmagazin in Deutschland

... ist crossmedial die Nr. 1 der Entscheider unter den Wirtschaftsmagazinen

... ist der Reichweitenführer unter den Wirtschaftsmagazinen

... erklärt die Welt der Wirtschaft in seiner Tiefe und zeigt dem Leser, wie er dieses Wissen für sein persönliches Vermögen und seine Karriere nutzen kann

... ist Navi und Coach in einem – mit einer klaren Haltung

... ist für den Leser als einzigartiges – nicht austauschbares – Medium relevant

TRENDTHEMEN

Die WirtschaftsWoche greift am häufigsten innovative Themen in ihrer Berichterstattung auf

Die WirtschaftsWoche ist die Nr. 1 unter den Magazinen. Im Fokus der Berichterstattung stehen vor allem die Trendthemen „Digitalisierung“ und „E-Mobility“



UND AUCH SONST IMMER AM PULS DER ZEIT

Der deutsche Journalistenpreis

Die WirtschaftsWoche Redaktion ist für ihr Themenpaket „Tausend und ein Zweifel“ mit dem renommierten Deutschen Journalistenpreis 2020 ausgezeichnet worden.

Das Autorenteam nimmt die Leser mit auf eine Spurensuche nach einem der wichtigsten Geschäftspartner des deutschen Zahlungsdienstleisters Wirecard – einer kleinen Firma mit großen Geheimnissen und einer Tür, die sich nicht öffnet...



DAS THEMENSPEKTRUM

Die Hauptressorts



DIE TITELGESCHICHTE

Größen aus Wirtschaft und Politik



POLITIK & ÖKONOMIE

Internationale Beziehung, Wirtschaftspolitik



DER VOLKSWIRT

Wirtschaftswissenschaften, Konjunkturindikatoren



UNTERNEHMEN, INNOVATION & DIGITALES

Branchen, Unternehmen, Mittelstand, Innovationen, Technologien, Nachhaltigkeit, Energie



GELD & ERFOLG

Finanzmärkte, Geldanlage, Recht & Steuern, Karriere, Weiterbildung, Work-Life-Balance

DAS THEMENSPEKTRUM

Mittelstand im Mittelpunkt

- 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**: „Heldinnen des Mittelstands“ und „Helden des Mittelstands“
 - Jährliches **Sonderheft** „Deutschlands 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 Entscheidern.



ZIELGRUPPE

Leserschaftsdaten



WIRTSCHAFTSWOCHE-Leser

268 Tsd.

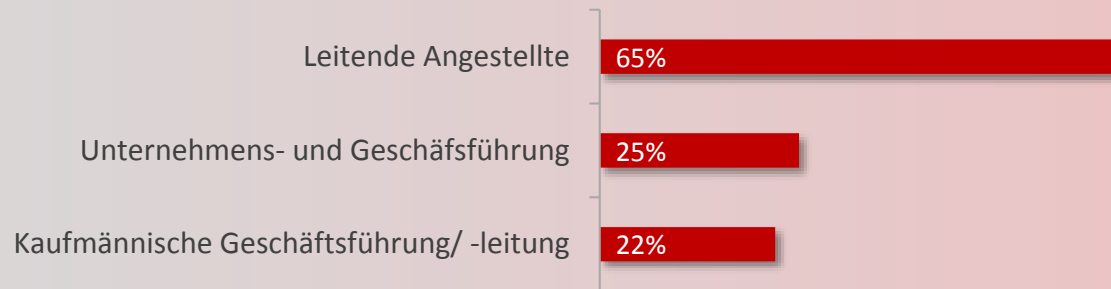
Entscheider lesen jede Woche die WirtschaftsWoche.

WIRTSCHAFTSWOCHE-Leser

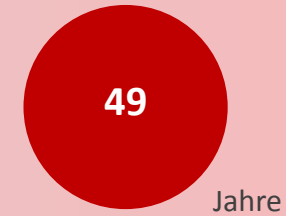
173 Tsd.

Leitende Angestellte lesen die WirtschaftsWoche.

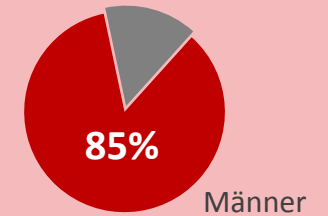
Zielgruppen, Typologien



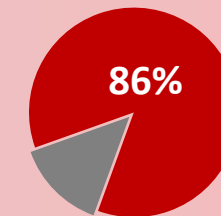
Ø-Alter



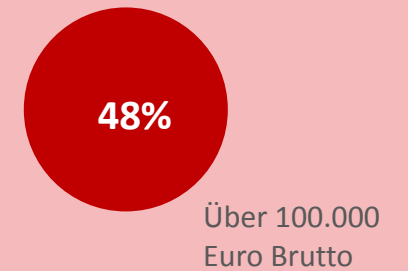
Geschlecht



Abitur/ Studium



Jahreseinkommen

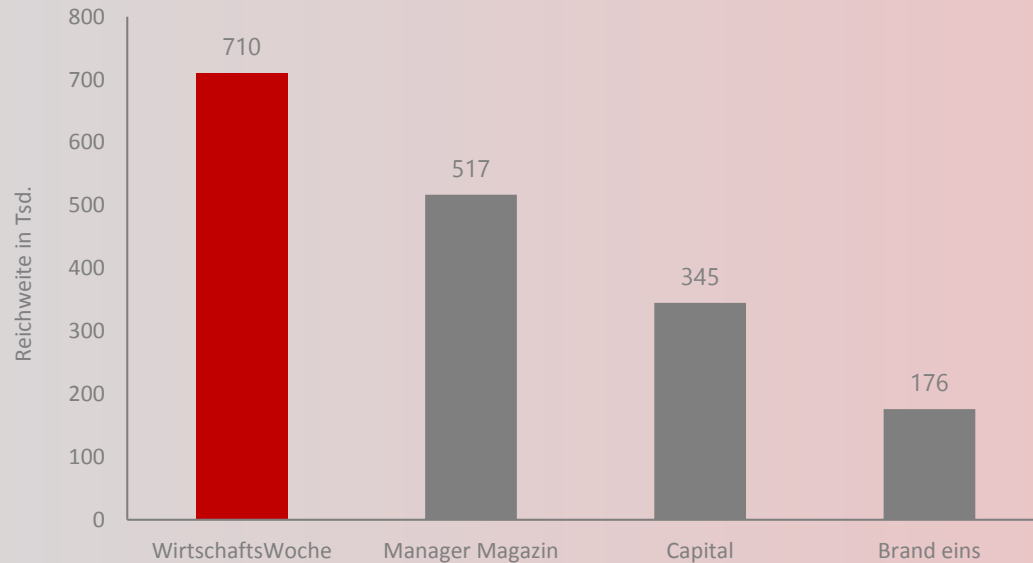


DIE NUMMER EINS BEI DEN ENTSCHEIDERN

WirtschaftsWoche überzeugt bei der crossmedialen Reichweite



WirtschaftsWoche mit höchster crossmedialer Reichweite



01

Die WirtschaftsWoche erzielt eine crossmediale Reichweite von 710.000 Entscheidern

02

Damit behauptet die WirtschaftsWoche ihre Position als führendes wöchentliches Wirtschaftsmagazin Deutschlands

03

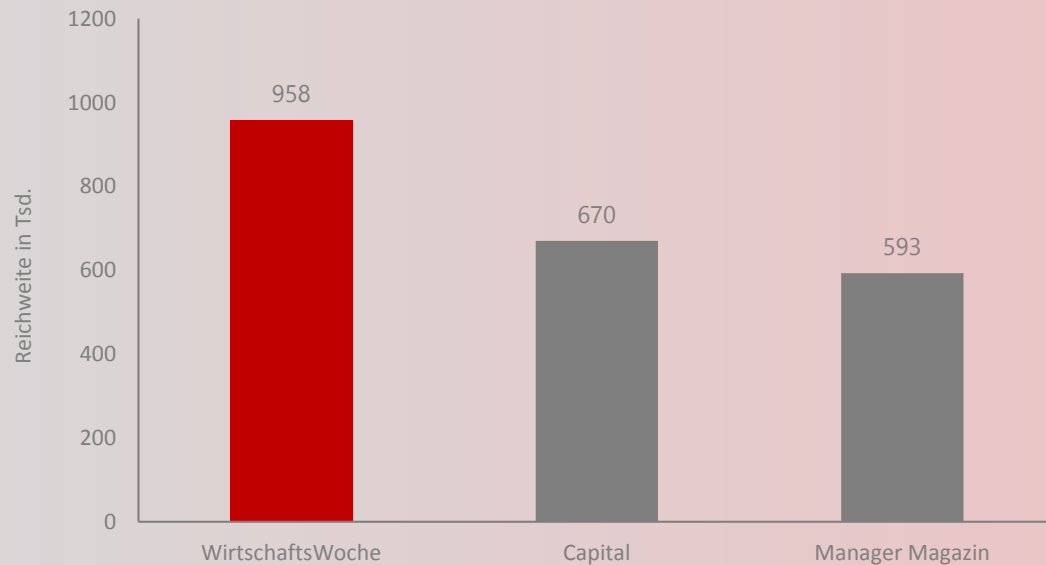
Insgesamt liegt die Reichweite der WirtschaftsWoche bei 24 Prozent und damit vor den Wettbewerbern Manager Magazin (17,5 Prozent), Capital (11,7 Prozent) und Brand eins (5,9 Prozent)

DIE NUMMER EINS BEI DEN WIRTSCHAFTSMAGAZINEN

WirtschaftsWoche mit höchster Reichweite, auch in der weiblichen Leserschaft



WirtschaftsWoche mit höchster Reichweite im Segment der Wirtschaftspresse



01

Die WirtschaftsWoche erzielt eine Reichweite von 958.000 Lesern

02

Damit behauptet die WirtschaftsWoche auch hier ihre Position als führendes wöchentliches Wirtschaftsmagazin Deutschlands

03

Besonders erfreulich: Die WirtschaftsWoche kann ihre weibliche Leserschaft auf 167.000 Leserinnen ausbauen, und nimmt auch hier den Spitzenwert unter den Wirtschaftsmagazinen ein

TREUE LESERSCHAFT

WirtschaftsWoche ist führend bei der harten Auflage

28

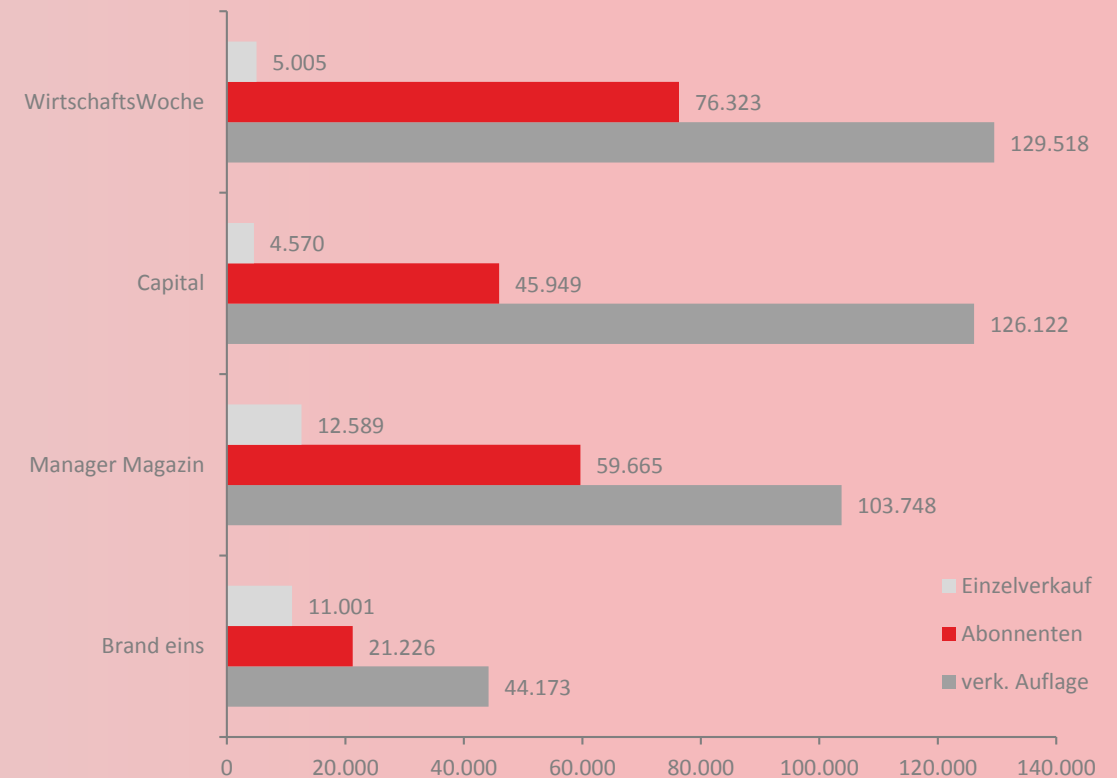
PROZENT MEHR ABONNENTEN

mindestens hat die
WirtschaftsWoche im Vergleich zu
ihre Wettbewerbern.

63

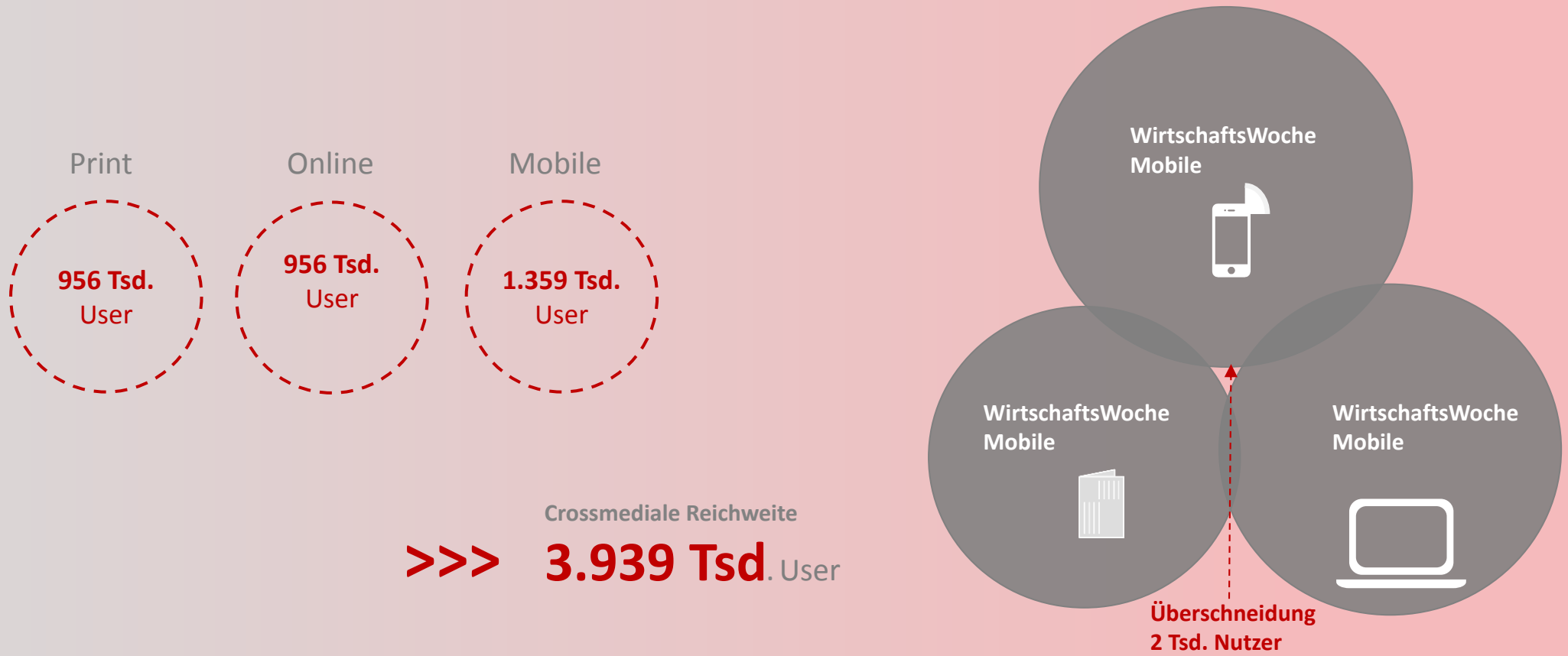
PROZENT HARTE AUFLAGE

mit 81.328 Exemplaren bestätigen
die Marktdominanz der
WirtschaftsWoche.



HÖHERE REICHWEITE DURCH CROSSMEDIA

Kaum Überschneidungen in unserer Leserschaft (NpM)



Quelle: B4P 2020, Print: LpA, Digital: Nutzer pro Monat. Basis: Grundgesamtheit ab 16 Jahre

WIRTSCHAFTSWOCHEN MARKENFAMILIE


Vernetzung aller Medienkanäle, Publikationen & Veranstaltungen




Print
wöchentlich
erscheinendes Magazin



Sonderhefte
Weltmarktführer




Newsletter
u.a. Weekender, Overnighter,
Börsenwoche, Weltmarktführer
u.v.m



Online
wirtschaftswoche.com,
WirtschaftsWoche
eMagazin



Konferenzen & Events
u.a. das Gipfeltreffen der
Weltmarktführer



Apps
WirtschaftsWoche App



WirtschaftsWoche Club
für alle Abonnenten



Podcasts
WirtschaftsWoche
Chefgespräch, erfolg.reich



Social Media
u.a. LinkedIn und Facebook

5 GRÜNDE FÜR DIE WIRTSCHAFTSWOCHE

Vorausschauend, verständlich, vielseitig

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 – und sonst keinen.

05

EFFIZIENT

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