

Positionierung

Die WirtschaftsWoche ist das **größte wöchentliche Wirtschaftsmagazin** in Deutschland. Rund um das Thema Wirtschaft breit aufgestellt und stets aktuell. Anderen Themen nähert sie sich ausschließlich aus der Perspektive der Wirtschaft und hat dabei stets eine klare Meinung.

Sie ist Sprachrohr und Diskussionsplattform für alle diejenigen, die Wirtschaft nicht nur als Beruf begreifen, sondern als eine ganz eigene Art, auf die Welt zu schauen. Mit der WirtschaftsWoche behalten sie den klaren Überblick über die aktuellen Themen der Woche, erhalten neue Perspektiven, klare Positionen und die notwendigen Hintergrundinformationen.

Mission & Vision

Der Leitgedanke lautet: „**Mehr Relevanz, mehr Meinungsstärke, mehr Wirtschaft**“.

Chefredakteur Beat Balzli formuliert den Anspruch folgendermaßen: „Wir müssen die Story hinter der Story hinter der Story bringen, daher wollen wir keine Bäume zählen, sondern den Wald erklären.“ Damit ist die WirtschaftsWoche ein wichtiger **Treiber des Agenda Settings** im öffentlichen Diskurs.

Die WirtschaftsWoche ist für den Leser als einzigartiges – nicht austauschbares – Medium relevant. Sie ist als meinungsführendes Medium häufiger Zitatgeber und ist relevant in Media-Rankings wie media tenor, media relations etc

Markenwelt

Die WirtschaftsWoche Markenwelt bietet Ihnen die einzigartige Möglichkeit, Entscheider-Zielgruppen auf vielfältige Weise anzusprechen: Börsentäglich über die **Webseite**, mehrmals die Woche per **E-Mail-Newsletter**, jeden Freitag über die **Zeitschrift** und weltweit per **iPad App**. **Events** und **Direct Mailings** runden das WirtschaftsWoche Angebot ab und machen es zu einem unverzichtbaren Bestandteil für Ihre Entscheidungskommunikation.

In regelmäßigen Abständen veröffentlicht die WirtschaftsWoche ausführliche Spezialre zu Schwerpunktthemen, wie z.B. Digitalisierung & Innovation, Industrie 4.0 und Mittelstand.



Leserschaft

Männlich, 30-59 Jahre, pragmatisch, bodenständig und modern eingestellt; überdurchschnittlich wohlhabend und vorwiegend als **leitende Angestellte** tätig

WirtschaftsWoche Leser gehören zur **Wirtschaftselite Deutschlands** und steuern maßgeblich die Entwicklungen in ihrem Unternehmen. Investitionsentscheidungen treffen sie nicht nur im Beruf, sondern auch als Privatperson. Ihre Rolle als Meinungsführer und Multiplikator machen sie – in beruflichen, wie auch privaten Dingen – zu einer unverzichtbaren **Premium-Zielgruppe**.



Reichweite

ma 2017/II	866.000 Leser
LAE 2017	304.000 Leser

Preise 2018

1/1 Seite	30.300 Euro
1/2 Seite	18.100 Euro
1/3 Seite	12.600 Euro

Es gilt die jeweils aktuelle Preisliste.

Verlegerische Daten

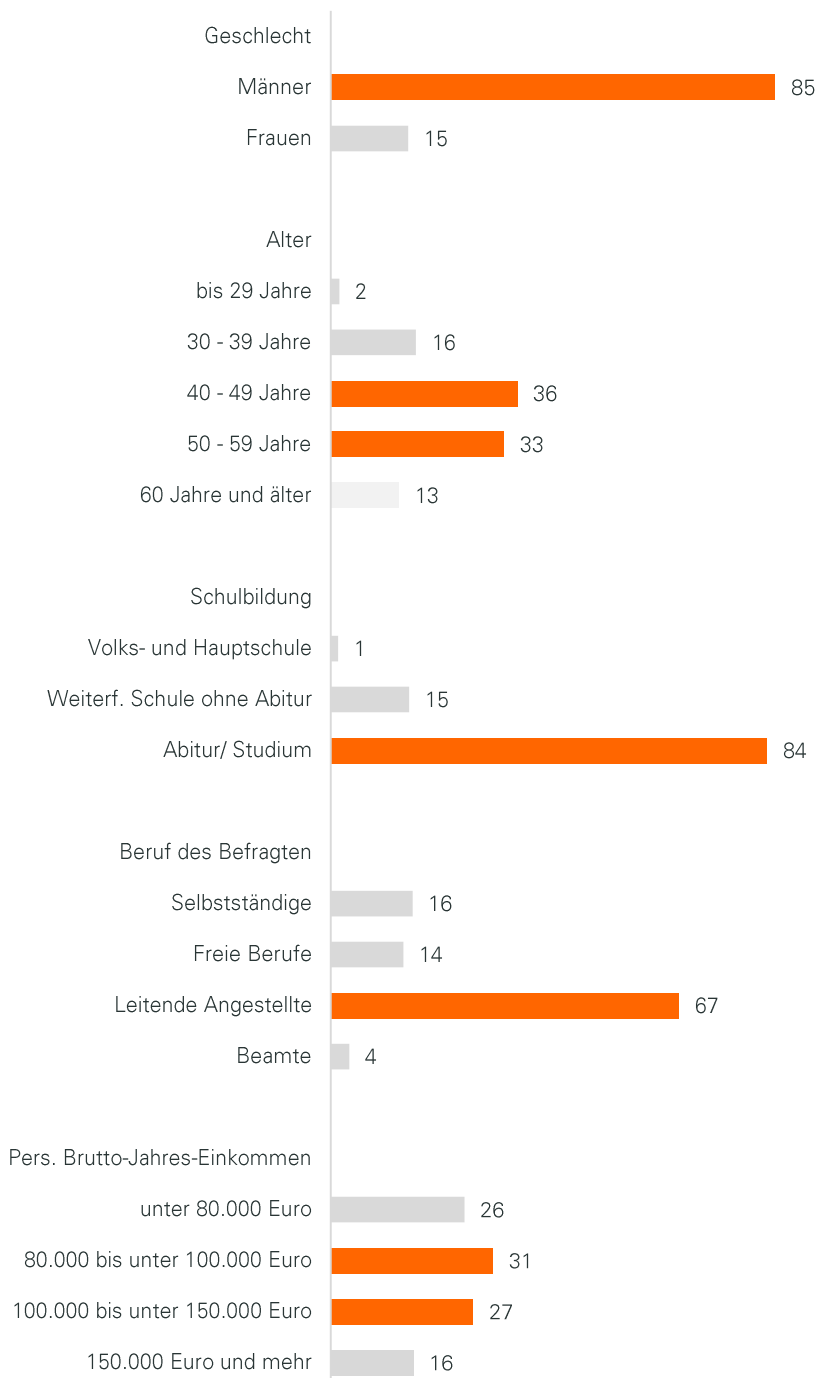
Erscheinungstag	Freitag
Copy-Preis	5,90 Euro

Kontakt

Ann Katrin Deterding
iq media marketing gmbh
Ein Unternehmen
der Verlagsgruppe Handelsblatt
Telefon 0211 887 - 2334
Fax 0211 887 - 97 - 2334
E-Mail annkatrin.deterding@iqm.de
Internet www.iqm.de/wiwo

Soziodemographische Daten

Mit einer **Reichweite von 304 Tsd. Entscheidern** verteidigt die WirtschaftsWoche ihre **Spitzenposition** als wöchentliches Wirtschaftsmagazin. Die WirtschaftsWoche-Leser sind in den Chef-Etagen Deutschlands zu Hause. Sie sind männlich, im Alter von 30-59 Jahren, überdurchschnittlich wohlhabend und vorwiegend als leitende Angestellte tätig.



Studieninformationen

Studie:
Leseranalyse Entscheidungsträger 2017

Grundgesamtheit:
Entscheider

Affinität:
Überdurchschnittlich starke Ausprägungen im Vergleich zur Gesamtbevölkerung sind farblich hervorgehoben.

Daten:
Alle Angaben in Prozent.

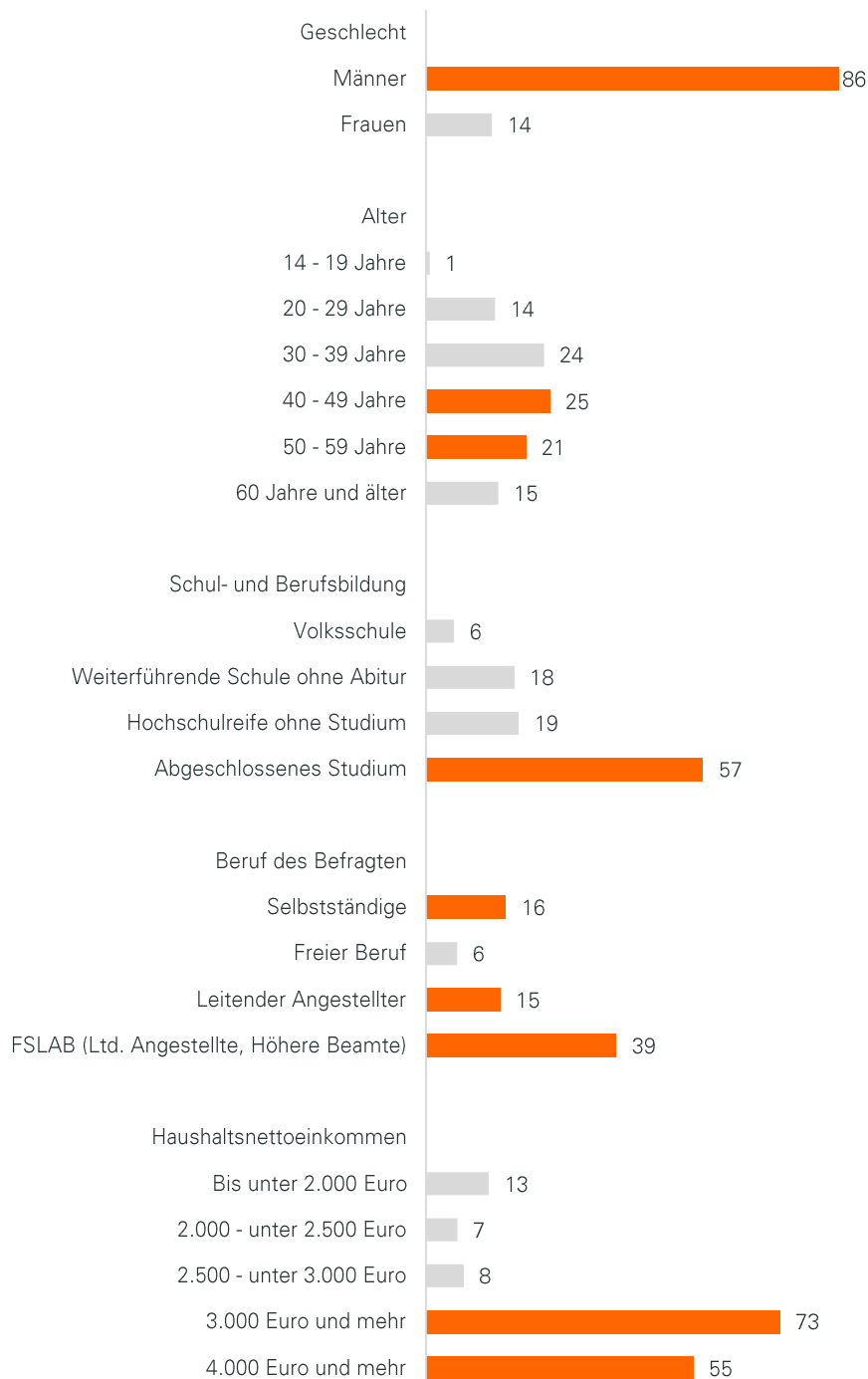
Gerne erstellen wir eine individuelle Auswertung für Sie. Ein kurzer Anruf genügt.

Kontakt

Ann Katrin Deterding
iq media marketing gmbh
Ein Unternehmen
der Verlagsgruppe Handelsblätt
Telefon 0211 887 - 2334
Fax 0211 887 - 97 - 2334
E-Mail annkatrin.deterding@iqm.de
Internet www.iqm.de/wiwo

Soziodemographische Daten

Die **866 Tsd. WirtschaftsWoche** Leser gehören zur Wirtschaftselite Deutschlands. Sie zeichnen sich durch exzellente Bildung aus und verfügen über überdurchschnittlich viel Geld. Sie sind besonders an Wirtschaftsthemen, Politik und Steuerrecht interessiert.



Studieninformationen

Studie:
mediaanalyse 2017 Pressemedien II

Grundgesamtheit:
Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre

Affinität:
Überdurchschnittlich starke Ausprägungen im Vergleich zur Gesamtbevölkerung sind farblich hervorgehoben.

Daten:
Alle Angaben in Prozent.

Gerne erstellen wir eine individuelle Auswertung für Sie. Ein kurzer Anruf genügt.

Kontakt

Ann Katrin Deterding
iq media marketing gmbh
Ein Unternehmen
der Verlagsgruppe Handelsblatt
Telefon 0211 887 - 2334
Fax 0211 887 - 97 - 2334
E-Mail annkatrin.deterding@iqm.de
Internet www.iqm.de/wiwo