

Positionierung

Das Handelsblatt ist die **führende Wirtschafts- und Finanzzeitung** bei den Top-Entscheidern in Deutschland. Das Handelsblatt steht für **hohe Aktualität, Verlässlichkeit, Substanz und Objektivität**. Nachrichten werden recherchiert, analysiert und in den komplexen Zusammenhang eingeordnet. Das Ausleuchten der **Hintergründe, Kommentare, Analysen** haben besonderes Gewicht. Mit fundierten Berichten über Zukunftstrends und neue Technologien liefert das Handelsblatt wichtige Erkenntnisse für erfolgreiches Handeln in sich ständig verändernden Branchen und Märkten.

Redaktionelle Inhalte

Globale Entwicklung der Finanzmärkte und Volkswirtschaften, internationale Handelsabkommen oder nationale Steuergesetzgebung – der Entscheider muss für seine täglichen Entscheidungen alle relevanten Faktoren kennen. In den Ressorts **Wirtschaft & Politik, Unternehmen & Märkte, Finanzen & Börsen** sowie **Private Geldanlage** bietet das Handelsblatt umfangreiche Hintergrund-Berichterstattung. Die **Freitags-Ausgabe** liefert mit den Themen **Karriere, Immobilien, Kunst und Literatur** zusätzlichen Nutzwert für die Leser. Ein ausführlicher Kommentar- und Analyse-Teil international reputabler Kolumnisten und zahlreiche Prognose-Tools untermauern die Alleinstellung des Handelsblatts als **Deutschlands führende Wirtschafts- und Finanzzeitung**.

Markenwelt

Die Marke Handelsblatt wird durch die enge **Vernetzung** der verfügbaren Medienkanäle in **Print, Online und Mobil** schon jetzt den zukünftigen Bedürfnissen an das Informations- und Nutzungsverhalten gerecht.

Die **Zeitung**, die Website **Handelsblatt Online**, **Tablet- und Mobile-Applikationen** sowie **digitale Newsletter** wie z.B. das Morning Briefing sind im Look and Feel optimal aufeinander abgestimmt, so dass eine deutliche Wiedererkennbarkeit über alle Medien entsteht. Inhaltlich greifen die Angebote optimal ineinander, um Entscheider **rund um die Uhr auf allen Kanälen** mit relevanten Infos zu versorgen.



Leserschaft



299.000 Entscheider lesen täglich das Handelsblatt (LAE 2017). **Rund 67%** davon sind **leitende Angestellte**, davon sind fast 50% Angestellte der **ersten und zweiten Führungsebene**. Unter den überregionalen Zeitungen erreicht das Handelsblatt die meisten **Top-Manager** der 1. Führungsebene und bietet in dieser **Spitzen-Zielgruppe** gleichzeitig ein hervorragendes Preis-/Leistungsverhältnis.



Reichweite

ma 2017/II	454.000 Leser
LAE 2017	299.000 Leser

Preise 2017

1/1 Seite	57.600 Euro
Magazin Eckfeld	37.100 Euro
1/2 Seite quer	31.950 Euro
1/2 Seite Eckfeld	31.950 Euro
1/2 Seite hoch	31.950 Euro
1/3 Seite Eckfeld	24.900 Euro
1/4 Seite Eckfeld	21.000 Euro

Es gilt die jeweils aktuelle Preisliste.

Verlegerische Daten

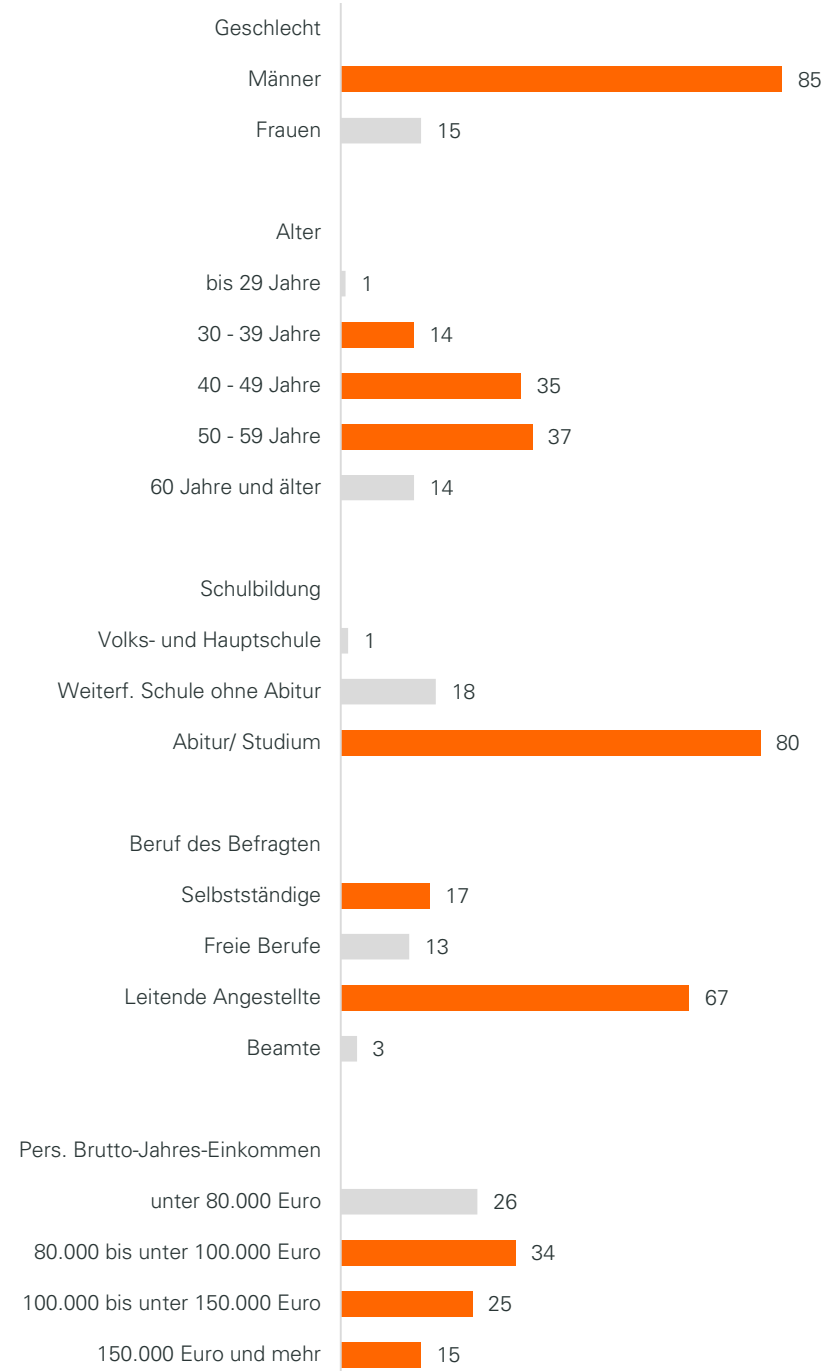
Erscheinungstag	börsentäglich
Copy-Preis	2,90 Euro (Mo-Do)
Copy-Preis	3,40 Euro (Fr)

Kontakt

Frau Dr. Pallengin
iq media marketing gmbh
Ein Unternehmen
der Verlagsgruppe Handelsblatt
Telefon 0211 887 – 1313
Fax 0211 887 – 97 – 1313
E-Mail titelmarketing-hb@iqm.de
Internet www.iqm.de/handelsblatt

Soziodemographische Daten

299.000 Handelsblatt-Leser sind lt. LAE 2017 Entscheider. Sie sind vorwiegend als leitende Angestellte oder Selbstständige tätig und verfügen über ein weit überdurchschnittliches Einkommen. Als Führungskräfte sind sie vor allem in der Geschäftsführung und kaufmännischen Leitung sowie im Finanzwesen und im Marketing/Verkauf tätig.



Studieninformationen

Studie:
Leseranalyse Entscheidungsträger 2017

Grundgesamtheit:
Entscheider

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

Daten:
Alle Angaben in Prozent.

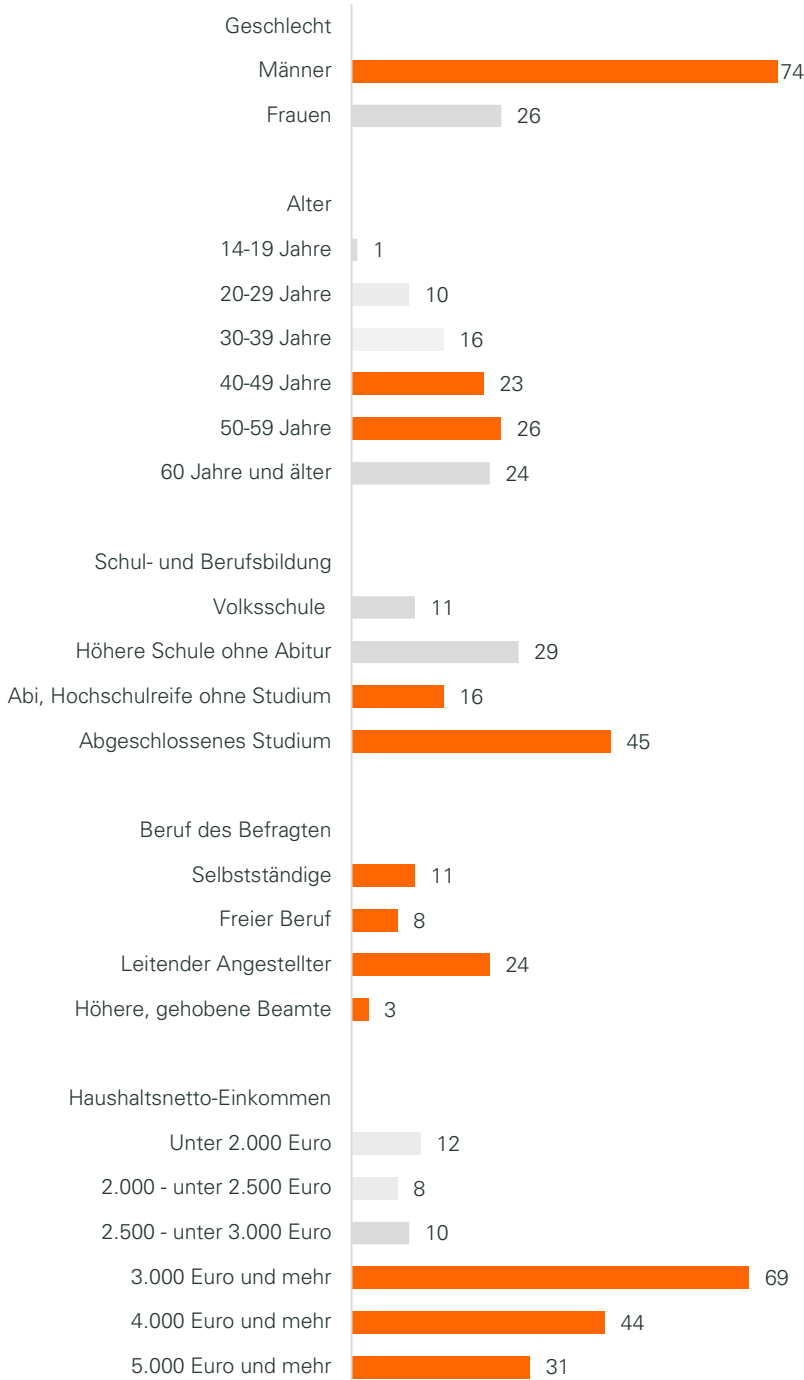
Gerne erstellen wir eine individuelle
Auswertung für Sie. Ein kurzer Anruf
genügt.

Kontakt

Elke Gerfertz
iq media marketing gmbh
Ein Unternehmen
der Verlagsgruppe Handelsblatt
Telefon 0211 887 – 1335
Fax 0211 887 – 97 – 1335
E-Mail titelmarketing-hb@iqm.de
Internet www.iqm.de/handelsblatt

Soziodemographische Daten

403.000 Menschen lesen täglich das Handelsblatt. Sie zeichnen sich durch exzellente Bildung aus und sind sehr engagiert im Beruf. Dort gehören sie zu den Entscheidern, verfügen über überdurchschnittliche Einkommen und hohe Kaufkraft. Handelsblatt Leser schätzen exklusive Marken und legen viel Wert auf Qualität.



Studieninformationen

Studie:
Allensbacher Werbeträgeranalyse 2017

Grundgesamtheit:
Deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahre

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

Daten:
Alle Angaben in Prozent.

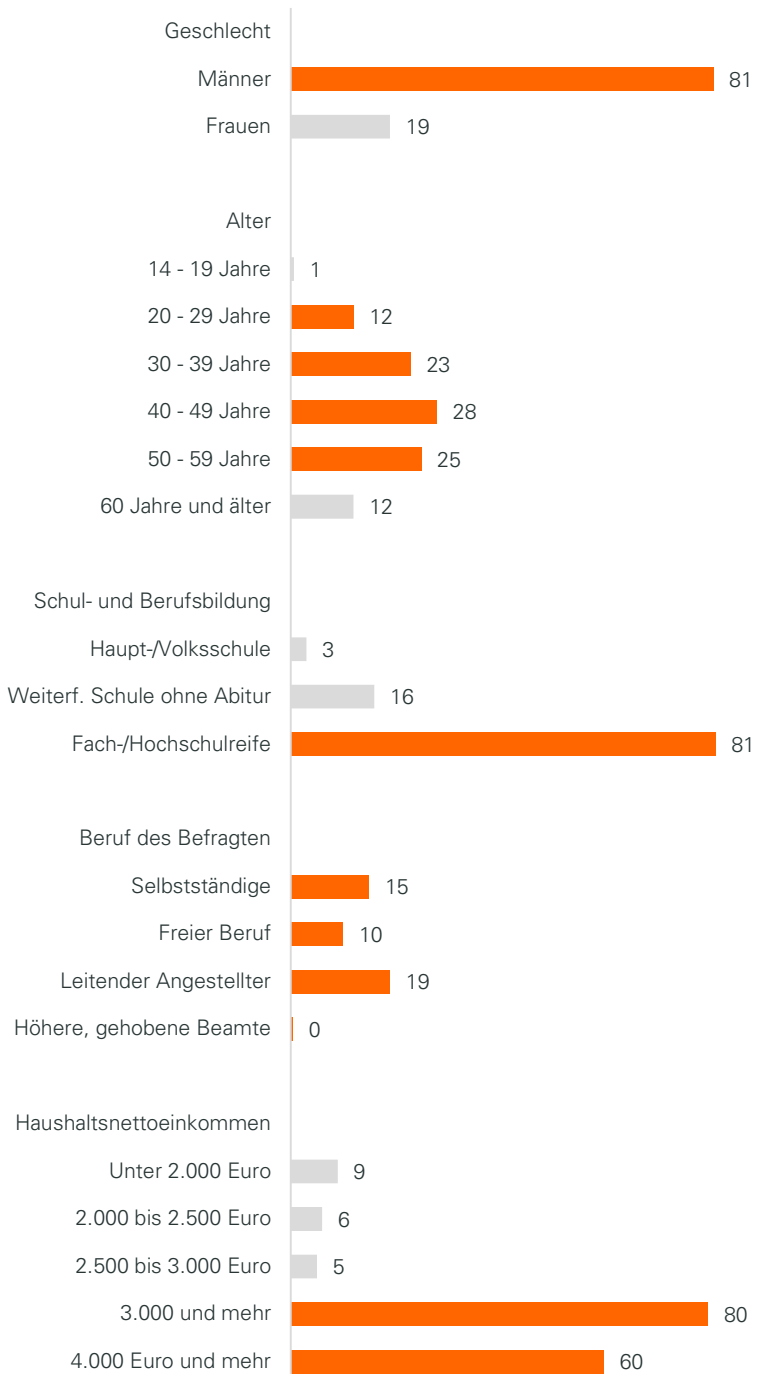
Gerne erstellen wir eine individuelle Auswertung für Sie. Ein kurzer Anruf genügt.

Kontakt

Ulrike Kriechhammer
iq media marketing gmbh
Ein Unternehmen
der Verlagsgruppe Handelsblatt
Telefon 0211 887 – 1360
Fax 0211 887 – 97 – 1360
E-Mail titelmarketing-hb@iqm.de
Internet www.iqm.de/handelsblatt

Soziodemographische Daten

454 Tsd. Menschen lesen täglich das Handelsblatt. Über 80% sind männlich, das Durchschnittsalter liegt bei 45 Jahren. 80% der Leser haben einen höheren Bildungsabschluss. Das durchschnittliche HHNE liegt bei 4.385 € und damit fast 50% über dem Bevölkerungsdurchschnitt. Damit verfügen Handelsblatt Leser über eine besonders hohe Kaufkraft.



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

Ulrike Kriechhammer
iq media marketing gmbh
Ein Unternehmen
der Verlagsgruppe Handelsblatt
Telefon 0211 887 – 1360
Fax 0211 887 – 97 – 1360
E-Mail titelmarketing-hb@iqm.de
Internet www.iqm.de/handelsblatt