

Für die Kommunikation mit Entscheidern.

Jeder Tag zählt | Handelsblatt



Handelsblatt. Deutschlands führende Wirtschafts- und Finanzzeitung.

So wie die deutsche Wirtschaft ist auch das Handelsblatt europäisch und international ausgerichtet. Die Grundhaltung der Zeitung ist liberal, ihr Leitbild die soziale Marktwirtschaft.

Die Redaktion steht für hohe Aktualität, Verlässlichkeit, Substanz und Objektivität. Nachrichten werden nicht nur sauber recherchiert, sie werden auch eingeordnet und analysiert. Das Ausleuchten der Hintergründe und das Beschreiben der Konsequenzen sind Stärken des Handelsblatts. Kommentare, Analysen und Hintergrundinformationen haben großes Gewicht.

Das unterstreichen die täglich veröffentlichten Meinungs- und Analyseseiten mit Kommentaren aus der Handelsblatt-Redaktion und von prominenten Gastautoren.

Das Handelsblatt schlägt Schneisen in den Informationsdschungel. Wenn die Handelsblatt-Leser den Aufmacher auf der Titelseite und das Tagesthema lesen, wissen sie, welche Ereignisse aus Wirtschaft und Politik die Welt an diesem Tag in Atem halten.

www.handelsk
Hande
DIE WIRTSCHAFTS- UN

Handelsblatt im Profil.

Wirtschaftsinformationen für Entscheider.

Für Entscheider zählt die börsentäglich erscheinende Wirtschafts- und Finanzzeitung zur unverzichtbaren Lektüre: Denn das Handelsblatt beschreibt die Wirtschaft so, wie sie ist: spannend, anregend und manchmal auch aufregend.

Laut Leseranalyse für Entscheidungsträger in Wirtschaft und Verwaltung LAE 2003 erreicht das Handelsblatt 238.000 Entscheider. Das entspricht 10,6 Prozent aller Wirtschaftsentscheider.

Das größte Wirtschaftskorrespondentennetz der Welt.

So wie die Wirtschaft ist auch das Handelsblatt international ausgerichtet. Rund 200 Redakteure, Korrespondenten und ständige Mitarbeiter rund um den Globus sorgen für eine aktuelle, umfassende und fundierte Berichterstattung.

Global-Business-News ist hier auf den Punkt gebracht. Kompetent wird in deutsch und englisch recherchiert. Durch die Kooperation mit The Wall Street Journal Europe hat das Handelsblatt Zugang zum größten Korrespondentennetz der Welt mit mehr als 1.600 hochqualifizierten Redakteuren und Korrespondenten (Dow Jones News Wire).

Das redaktionelle Programm.

Tagesaktuell erscheinen im Handelsblatt Kommentare, Berichte und Analysen aus dem nationalen und internationalen Wirtschaftsleben. Firmeninformationen gehören ebenso dazu, wie der tägliche Blick auf die Wertpapiermärkte.

Montags, mittwochs und freitags wird ausführlich über unterschiedliche Schwerpunktthemen aus verschiedenen Bereichen und Branchen berichtet. Mittelstand, Recht und Steuern, Karriere und Management und Weekend Journal mit dem Reisespezial time to relax sprechen dabei Leserzielgruppen mit ihren unterschiedlichen und individuellen Interessen an.

Der Tag im Handelsblatt.

Handelsblatt-Thema	Profil
Wirtschaft und Politik	Finanzzeitung
Deutschland / Europa	Aktien-Devisen-Zinsen-Indizes
Europa / International	Anleihen-Zertifikate-
Konjunktur und Trends	Optionsscheine-Rohstoffe
Meinung und Analyse	Finanzmärkte
Report	Anlegerzeitung
Unternehmen & Märkte	Investmentfonds
Technik & Innovation	Sportreport

Die Woche im Handelsblatt.

Montag	Journal für den Mittelstand
Mittwoch	Recht und Steuern
Freitag	Kunstmarkt
	Immobilien
	Karriere und Management
	Weekend Journal
	time to relax

Wirtschaft & Politik

Hier informiert das Handelsblatt über das Zusammenspiel und die Wechselwirkung von Wirtschaft und Politik. Die Berichterstattung konzentriert sich auf das wirtschaftlich Wesentliche und das politisch Relevante; im In- und Ausland. Dabei kommen die Hintergrundberichte zu den Nachrichten nicht zu kurz.

Unternehmen & Märkte

Aktuelle Markt- und Konkurrenzanalysen, Fakten, Hintergründe und Porträts der Handelnden aus erster Hand. Gründlich recherchierte Berichte über Unternehmen aus Industrie, Dienstleistung, Handel und Medien. Tägliche Seite zu Technik und Innovation.

Finanzzeitung

Die Finanzzeitung ist der Nachrichten-Umschlagplatz für den Finanzprofi. Sie konzentriert sich auf die Finanzindustrie im weitesten Sinne: Banken, Versicherer, andere Finanzdienstleister, Fonds- und Vermögensverwalter, Börsen als Unternehmen, Notenbanken und Geldpolitik. Kurzum, sie ist die Zeitung für die Community.

Anlegerzeitung

Die Anlegerzeitung ist die spezielle Quelle für alle, die investieren möchten, national wie international. Finanzmarkt- und Geldanlage-themen sowie Analysen und Hintergründe zu Aktien und Märkten stehen im Kern des Interesses. Aktuelle, newsgetriebene Anlegerberichterstattung sowie strategische, langfristige Anlegerstücke gleichermaßen.

Der Kern des redaktionellen Programmes umfaßt börsentäglich die Themenbereiche Wirtschaft und Politik, Unternehmen und Märkte, Finanzzeitung und Anlegerzeitung.

WIRTSCHAFT & POLITIK
Handelsblatt

SPD und CDU ringen um Steuer-Fahrplan
Vorstoß für EU-Steuer stößt in Berlin auf K...

Bundesfinanzminister Hans Eichel bereitet lediglich eine Neuregelung der Kapitalertragsbesteuerung vor

Handelsblatt, 20.1.2004
Auf dem Bild: SPD und CDU ringen um einen Fahrplan für weitere Steuererleichterungen. In der oberen rechten Ecke: SPD-Finanzminister Hans Eichel (links) und CDU-Finanzministerin Brigitte Zypries (rechts) im Gespräch mit dem deutschen Finanzminister Axel Auer (Mitte).

UNTERNEHMEN & MÄRKTE
Handelsblatt

Regulierer sieht Defizite im Energiemarkt
Kürth verspricht Planungssicherheit

Handelsblatt, 20.1.2004 - Nr. 13
Auf dem Bild: Matthias Kürth, Präsident der Regulierungsbehörde für Energieversorgung (Bundnetzagentur), im Gespräch mit dem Energieminister Günther Kruppers (links) und dem Wirtschaftsminister Hans Eichel (rechts).

FINANZZEITUNG
Handelsblatt

Rekordergebnis bei Citigroup erwartet
Branchenprimus legt heute Zahlen vor

Handelsblatt, 20.1.2004 - Nr. 13
Auf dem Bild: Charles Prince, CEO von Citigroup, im Gespräch mit dem Finanzminister Hans Eichel (links) und dem Wirtschaftsminister Günther Kruppers (rechts).

ANLEGERZEITUNG
Handelsblatt

Chinesische Käufe treiben Kupferpreise nach oben
Experten sehen schrumpfende Vorräte

Handelsblatt, 20.1.2004 - Nr. 13
Auf dem Bild: Brigitte Zypries, Bundesjustizministerin (SPD), im Gespräch mit dem Finanzminister Hans Eichel (links) und dem Wirtschaftsminister Günther Kruppers (rechts).

Weekend Journal/time to relax. Das Wochenend-Extra.

Das Handelsblatt liefert täglich die Orientierung über Wirtschaft und Finanzen für die Top-Entscheider - das Wochenend-Extra Weekend Journal zeigt genau diesen Top-Entscheidern alles Wissenswerte rund um die schönen Seiten des Lebens.

Denn nicht das Geld ist das knappe Gut dieser Top-Verdiener, sondern die knappe Zeit. Wie diese sinnvoll genutzt werden kann, zeigt das Weekend Journal jeden Freitag. Auftanken, Schönes erleben, genießen, das kann der Leser mit dem Weekend Journal. Es bietet alles, was das moderne, attraktive Leben ausmacht:

Vom Marathon-Lauf in New York bis zum aktuellen Trend der internationalen Herrenmode, von Produkttests aus der Unterhaltungselektronik und Autobranche bis hin zu interessanten Berichten aus dem Luxussegment.

Wie bereite ich mich auf den Marathon vor? Welcher Wein ist der richtige? Wie kann ich meinen Golfschlag verbessern? Fachkundigen Rat liefern prominente Kolumnisten, darunter Dr. Thomas Wessinghagen, Klaus Trebes, Martin Suter, Hans Hoff und Pit Falkenstein.

Zusätzlich im Weekend Journal findet der Leser den neuen Reisetil **time to relax**. Der Leser wird zu wunderschönen Reisezielen in Deutschland, Europa und fernen Ländern rund um den Globus entführt.



Jede Woche neu im Internet
Feriendomizile zum Mieten
www.handelsblatt.com/travel

WEEKEND JOURNAL

Freitag / Samstag, 16. / 17. Januar 2004

Handelsblatt



17.-25.1.2004
Lust auf Meer
www.boat.de



Misia macht's möglich

Als die Sängerin anfang, portugiesischen Fado zu interpretieren, wollte das niemand hören. Jetzt, wo ihre Musik weltweit geschätzt wird, singt sie Lyrik zur Gitarre. Der Erfolg dürfte ihr treu bleiben. **SEITE 6**

time to relax

Das Reisemagazin im Handelsblatt. Jeden Freitag im Weekend Journal. Diese Woche: Das magische Land. Für Wintersportler gibt es hoch in Europas Norden das finnische Lappland zu entdecken - ein echter Geheimtipp. **ab SEITE 8**

BUSINESS CLASS



Luxus -Welle

Mehr Speed, leichter Rumpf - und das Ganze auf immer größeren Booten. Maritime High-End-Technik ist in.

238.000 Entscheider mit ausgeprägten Strukturen.

Markante Leserschaftsstrukturen sind charakteristische Kennzeichen der Handelsblatt-Leser im Entscheider-Segment. Im Vergleich mit den anderen Titeln verfügt das Handelsblatt oft über das ausgeprägtere Leserschaftsprofil.

Leserschaftsstrukturen-Anteile in %

	Gesamt	Handelsblatt	FAZ	Die Welt	Süddt.Ztg.	Financial Times D.
Gesamt in Tsd.	2.237	238	247	165	231	92
Reichweite in %		10,6	11,1	7,4	10,3	4,1
Geschlecht						
Männlich	85,0	92,0	89,9	89,0	86,7	89,2
Weiblich	15,0	8,0	10,1	11,0	13,3	10,8
Altersgruppen						
Bis 29 Jahre	2,3	2,2	1,0	1,6	2,0	2,0
30 bis 39 Jahre	24,9	23,7	23,2	22,9	26,6	22,1
40 bis 49 Jahre	33,2	30,6	30,7	25,7	32,3	29,1
50 bis 59 Jahre	29,8	33,0	32,1	34,6	30,4	36,7
60 Jahre und älter	9,9	10,5	13,0	15,3	8,8	10,0
Schulbildung						
Volksschule, Hauptschule	7,4	5,9	1,8	3,5	6,3	2,9
Weiterf. Schule ohne Abitur	27,1	20,5	13,6	18,8	17,1	12,9
Abitur, Hochschulreife	12,1	13,5	11,5	12,7	13,3	12,0
Studium	53,5	60,1	73,1	65,0	63,3	72,1
Pers. Brutto-Jahreseinkommen						
Unter € 60.000	31,1	18,4	21,9	17,7	25,9	15,8
€ 60.000 bis unter 80.000	33,5	33,6	28,3	36,2	34,4	33,9
€ 80.000 bis unter 120.000	21,0	24,6	26,3	25,4	23,0	25,6
€ 120.000 bis unter 160.000	9,4	15,1	15,9	12,2	12,1	13,3
€ 160.000 und mehr	5,0	8,2	7,6	8,5	4,6	11,3

Quelle LAE 2003

„On-Top“ in der Führungsebene.

Selbstständige, Vorstände, Geschäftsführer und leitende Angestellte verschiedenster Branchen bilden den Kern der Handelsblatt-Leserschaft. Mit fast 90 % Strukturanteil bei Selbstständigen und leitenden Angestellten besitzt das Handelsblatt den höchsten Anteil unter den überregionalen Tageszeitungen.

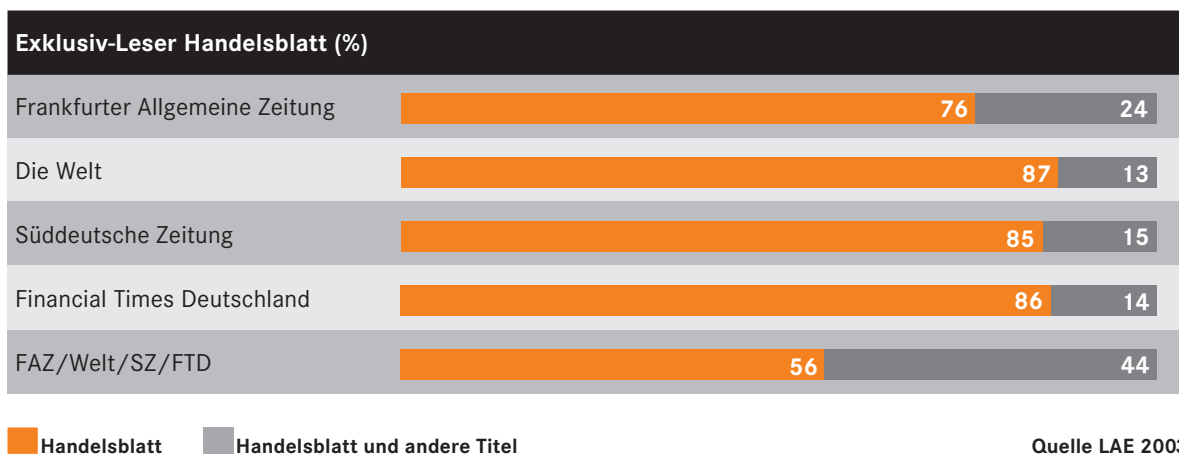
Leserschaftsstrukturen-Anteile in %


	Gesamt	Handelsblatt	FAZ	Die Welt	Süddt.Ztg.	Financial Times D.
Gesamt in Tsd.	2.237	238	247	165	231	92
Reichweite in %		10,6	11,1	7,4	10,3	4,1
Berufsgruppen						
Selbstständige	23,1	15,9	12,4	17,9	16,8	10,9
Freie Berufe	14,3	6,7	15,2	14,5	12,3	13,8
Leitende Angestellte	52,6	72,2	58,2	55,6	59,2	69,4
Vorst./GF/Dir./Amts-/Betr./Werksl.	11,3	19,5	17,1	13,0	12,6	19,1
Abteilungs./ Proku./ Handlungsbevoll.	9,1	12,0	10,7	7,9	9,3	10,7
Andere Angestellte	32,3	40,7	30,4	34,7	37,3	39,6
Beamte	10,1	5,2	14,2	12,0	11,8	5,8
Unternehmensgrößen >Selbst./Freie/Angestellte						
bis 49 Beschäftigte	49,5	34,2	38,4	46,6	42,6	37,5
50 bis 99 Beschäftigte	7,3	7,9	6,3	7,1	5,5	7,0
100 bis 249 Beschäftigte	7,2	9,5	9,0	8,0	8,6	8,2
250 bis 499 Beschäftigte	4,8	7,5	5,0	4,2	4,6	6,6
500 bis 999 Beschäftigte	5,2	9,7	7,2	5,0	6,8	7,0
1000 und mehr Beschäftigte	15,9	26,1	20,0	17,1	20,1	27,9
Branchen						
Verarbeitendes Gewerbe	25,3	31,3	24,5	24,5	28,4	27,0
Produzierendes Gewerbe	26,2	32,6	25,3	25,9	29,1	27,7
Dienstleistung	69,7	66,1	73,1	74,0	69,6	73,1
Telekommunikation	3,2	4,0	3,2	3,4	4,6	4,4
Bergbau, Energie, Recycling	1,2	1,7	0,9	1,6	0,8	1,2
Kredit-, Versicherungsgewerbe	6,0	16,7	9,8	9,3	7,1	19,3
Gebietskörperschaften, Sonstige	22,0	14,7	23,3	21,2	22,8	19,9

Quelle LAE 2003

Exklusive Kontakte mit dem Handelsblatt.

Die meisten Handelsblatt-Leser nutzen keine andere national verbreitete Zeitung neben dem Handelsblatt. Sie lesen diesen Titel „exklusiv“. Vielen Entscheidern genügt das Handelsblatt, wenn es um Informationen aus Wirtschaft, Politik und Finanzen geht.




 Hoher
Vertrauensbonus.

National ausgeglichene Leserschaft.

Die meisten überregionalen Tageszeitungen sind zwar in Deutschland überall erhältlich, doch besitzen sie in der Regel eine verstärkte regionale oder lokale Bedeutung.

Das gilt besonders für die Süddeutsche, die Frankfurter Allgemeine und Die Welt, die in ihren „Stammgebieten“ Leseranteile weit überproportional zur jeweiligen nationalen Verteilung vorweisen.

Merklich weniger ausgeprägt ist das beim Handelsblatt. So gehört das Handelsblatt zu den überregionalen Tageszeitungen mit einer weitgehend national ausgeglichenen Leserverteilung.

Regionale Verteilung in %

	Handelsblatt	FAZ	Die Welt	Süddt.Ztg.	Financial Times D.
Absolute Abweichung zur Gesamtverteilung	18,5	40,7	46,5	76,0	19,3
Nielsen I	2,1	3,3	15,5	8,8	2,9
Nielsen II	6,3	3,5	6,1	12,6	4,0
Nielsen IIIa	0,3	16,6	4,7	8,7	3,8
Nielsen IIIb	0,8	1,5	3,9	3,9	3,8
Nielsen IV	2,9	9,1	9,7	34,1	0,7
Nielsen V	0,6	0,2	1,6	1,3	2,6
Nielsen VI	3,8	4,4	2,5	4,4	1,0
Nielsen VII	1,7	2,1	2,5	2,2	0,5

Quelle LAE 2003

Lesebeispiel: Je niedriger die Abweichung, desto weniger ist die Leserschaft regional konzentriert.

Z.B. Die Handelsblatt-Leser-Verteilung liegt in den Nielsen-Gebieten sehr nahe an der Gesamtverteilung der Entscheider.

Eingestellt auf Erfolg.

Handelsblatt-Leser sind sowohl beruflich als auch privat sehr erfolgreich. Sie besetzen verantwortungsvolle Positionen in den Unternehmen. In ihrem Privatbereich ist ihnen u.a. die finanzielle Zukunftssicherung sehr wichtig.

Leserschaftsstrukturen - Anteile in %

	Gesamt	Handelsblatt	FAZ	Die Welt	Süddt. Ztg.	Financial Times D.
Gesamt in Mio.	64,43	0,55	1,12	0,78	1,39	0,26
Reichweite in %		0,9	1,7	1,2	2,2	0,4
Berufsorientierte Zielgruppen						
Leitender Angestellter	4,1	13,9	10,1	8,0	8,9	16,1
Freier Beruf, Inhaber, Geschäftsführer, Selbständiger	4,7	20,6	10,2	10,8	11,7	17,6
Anschaffungen im Betrieb, Investitionen: Entscheide ich allein	6,0	20,7	12,8	12,5	12,4	19,8
Leute, die voll in ihrem Beruf aufgehen, hart arbeiten	24,7	48,4	37,6	35,4	36,3	45,7
Persönlichkeitsstärke						
Stufe 1 - 3	55,0	80,9	75,2	70,2	71,2	77,8
Einstellungen und Eigenschaften						
Ich übernehme gern Verantwortung	50,2	78,1	68,2	69,3	67,6	73,9
Gewöhnlich rechne ich bei dem, was ich mache, mit Erfolg	59,3	76,1	71,9	66,8	68,5	75,1
Gelte als Experte für Geld- und Kapitalanlagen	11,9	44,5	24,4	28,2	23,6	46,6
Bin ganz besonders an Geld-, Kapitalanlagen interessiert	23,6	59,0	40,5	43,1	36,7	59,7
Geld-, Kapitalanlagen: Entscheide ich allein	31,5	50,2	39,9	42,4	38,6	56,2
Finanzielle Absicherung						
Ich interessiere mich ganz besonders für Versicherungen	20,8	40,8	27,5	32,6	25,5	33,6
Gelte als Experte in Sachen Versicherungen und finanziellen Absicherungen	8,6	24,8	15,3	17,5	14,8	25,9
Private Altersvorsorge, finanzielle Absicherung für die Zukunft: Interessiert mich ganz besonders	25,2	46,0	34,5	37,6	32,4	43,5
Gelte als Experte für private Altersvorsorge, finanzielle Absicherung für die Zukunft	9,0	28,8	15,8	19,9	13,6	25,1

Quelle AWA 2003

Aufgeschlossen für neue Technologien.

Die ACTA 2003 dokumentiert die große Akzeptanz und Nutzung moderner Computeranwendungen in der Bevölkerung. Online, Internet und die vielfältigen Telekommunikationsangebote haben sich durchgesetzt. Als besonders aktiv treten dabei die Handelsblatt-Leser in Erscheinung.

Leserschaftsstrukturen - Anteile in %

	Gesamt	Handelsblatt	FAZ	Die Welt	Süddt. Ztg.	Financial Times D.
Gesamt in Mio. (14-64 Jahre)	50,74	0,49	0,89	0,60	1,14	0,24
Reichweite in %		1,0	1,8	1,2	2,2	0,5
Computernutzung - privat und beruflich						
Computernutzer insgesamt	68,5	93,9	87,5	86,0	83,6	90,9
Nur private Nutzung	25,6	18,8	23,5	27,1	21,7	19,9
Nur berufliche Nutzung	7,8	6,6	9,1	7,8	8,1	7,3
Private und berufliche Nutzung	35,1	68,5	54,9	51,1	53,8	63,8
Nutzung des Internet						
Nutze es bereits (Online-Nutzer)	55,7	85,7	77,9	76,1	72,3	86,8
Habe es vor (Online-Potential)	11,5	5,5	7,9	7,7	10,9	5,3
Online-Nutzung für private/ berufliche Zwecke						
Privat	52,2	81,4	72,3	70,8	67,9	83,3
Beruflich	23,6	60,1	50,0	44,2	45,1	58,7
Für Studium, Schule	9,6	9,4	15,1	10,3	13,0	13,9
Kaufplan Telefon, Fax, Anrufbeantworter etc.						
Telefon mit verschiedenen zusätzlichen Funktionen	1,7	1,5	1,8	2,8	2,5	3,9
Schnurloses Telefon	6,9	3,7	4,4	3,2	4,5	7,0
ISDN-Anschluß	7,2	9,8	8,1	9,5	8,8	8,0
DSL-Anschluß	6,1	8,4	7,1	6,0	10,3	12,8
Besitz Handy						
Habe Handy zur Verfügung (Handy-Nutzer)	76,8	90,5	86,4	87,7	82,9	93,2
Kaufplan (neues) Handy in den nächsten 2 Jahren	33,3	45,0	39,3	34,9	39,8	48,0

Quelle ACTA 2003

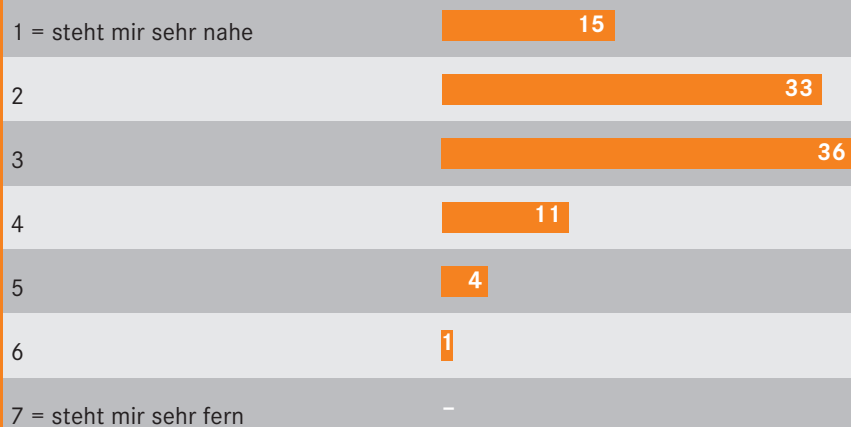
Täglich von Nutzen.

Die Handelsblatt-Leser beschäftigen sich täglich über eine Stunde – 67 Minuten – mit “ihrer” Zeitung. Da ist es kein Wunder, dass eine hohe Leser-Blatt-Bindung entsteht.

Die Nähe zum Blatt ist bei den meisten Lesern sehr ausgeprägt. Mehr als drei Viertel von ihnen fühlen sich mit dem Handelsblatt besonders eng verbunden (1-3 auf einer siebenstufigen Skala).

Leser-Blatt-Bindung

Skalenwerte in Prozent



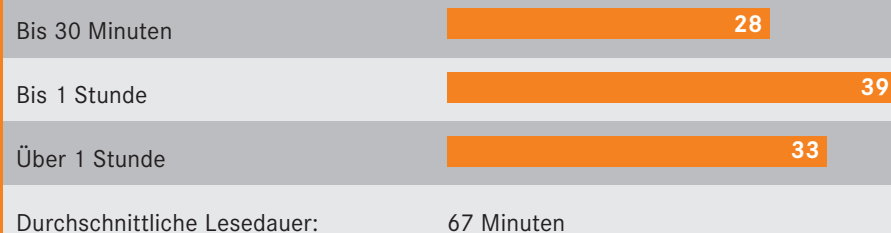
Leseort

Angaben in Prozent



Lesedauer

Angaben in Prozent



Idealer Werbeträger für Finanzwerbung.

Die unbestrittene Kompetenz des Handelsblatts in der Aufbereitung, Analyse und Darstellung von Wirtschafts- und Finanzthemen, zeigt sich in der intensiven Nutzung der Finanzzeitung und der Anlegerzeitung.

Mit börsentäglich rund **13.000 Kurszahlen** von allen wichtigen Finanzplätzen der Welt und ca. 15.000 Unternehmensberichten steht das Handelsblatt mit Abstand an der Spitze der Wirtschafts- und Finanzberichterstattung. Das ist auch ein wichtiger Grund dafür, dass das Handelsblatt als adäquates Medium für Finanzwerbung (Emissionsanzeigen, Going Public, Investor Relations etc.) herangezogen wird.

Als überregionales Börsenpflichtblatt erfüllt das Handelsblatt auch die gesetzlichen Voraussetzungen für Veröffentlichungen (Pflichtanzeigen) gemäß Aktien-, Börsen- und Wertpapier-Handelsgesetz, sowie Börsenzulassungsverordnung und Börsenordnungen der einzelnen Börsen.

Im Jahr 2003 wurden über

2.600*

Finanzanzeigen im Handelsblatt veröffentlicht.
Ein Spitzenwert!



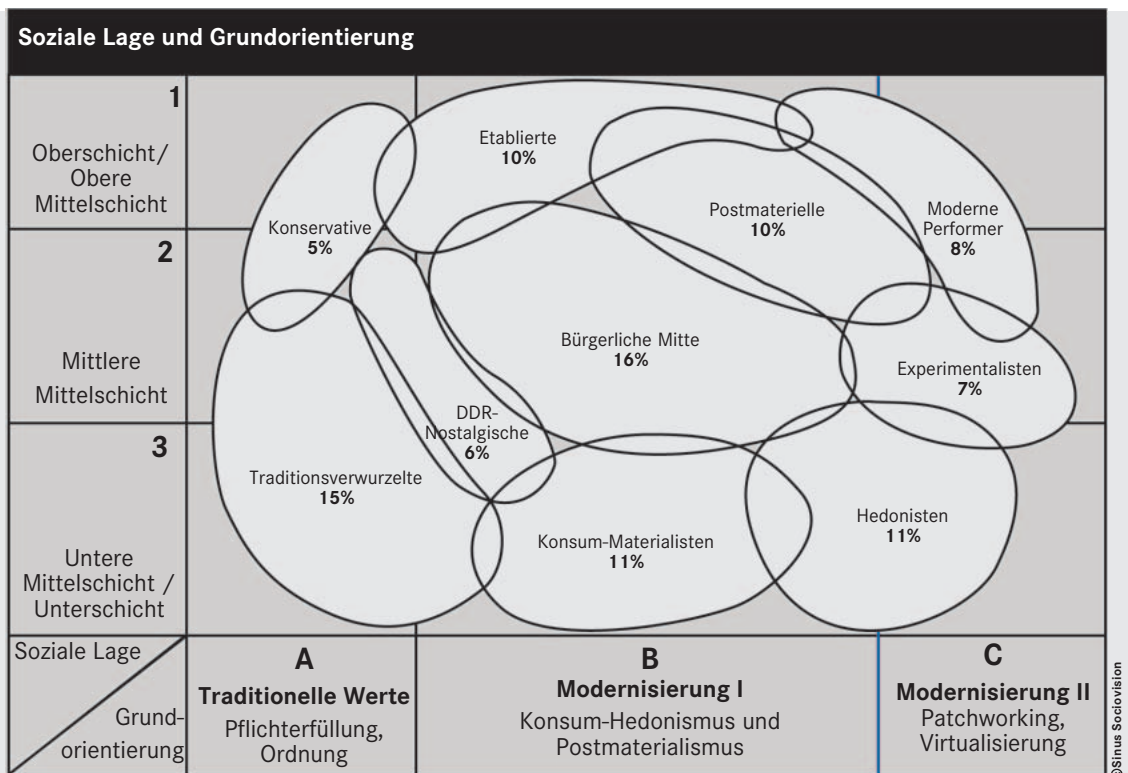
Gesellschaftlich oben.

Handelsblatt-Leser gehören laut Typologie der Wünsche (TDWI) 2003/04 der Oberschicht, d.h. den gesellschaftlichen Leitmilieus der Sinus-Typologie an. Wie auch andere bedeutende Markt-Media-Studien, ist der Zielgruppenansatz der Sinus-Milieus in der TDWI integriert.

Bei den Sinus-Milieus handelt es sich um eine Zielgruppenbestimmung, die sich an der Lebensweltanalyse unserer heutigen Gesellschaft orientiert. Menschen, die sich in ihrer Lebensauffassung ähneln, werden dabei in verschiedenen Milieus zusammengefasst. Grundlegende Wertorientierungen gehen ebenso in die Analyse ein, wie Alltagseinstellungen zu Arbeit, Familie, Geld und Konsum.

Die Handelsblatt-Leserschaft lässt sich überwiegend in die Milieus Etablierte, Moderne Performer und Postmaterielle, also den gesellschaftlichen Leitmilieus, einordnen.

Die Sinus-Milieus 2003



Quelle TDWI 2003/2004

Gesamtbevölkerung = 64,4 Mio.

Mit einem überproportionalen **Index von 277** zur Gesamtbevölkerung liegt der Schwerpunkt der Handelsblatt-Leser bei den **Etablierten**.

Die Etablierten sind die gut ausgebildete, sehr selbstbewusste Elite, die hohe Exklusivitätsansprüche hat. Beruflicher Erfolg ist ihnen sehr wichtig. Dabei verfolgen sie klare Karriere-strategien und übernehmen Leadership: Sie konsumieren edel und genießen Luxus, den sie sich auf Grund ihrer privilegierten finanziellen Situation leisten können.

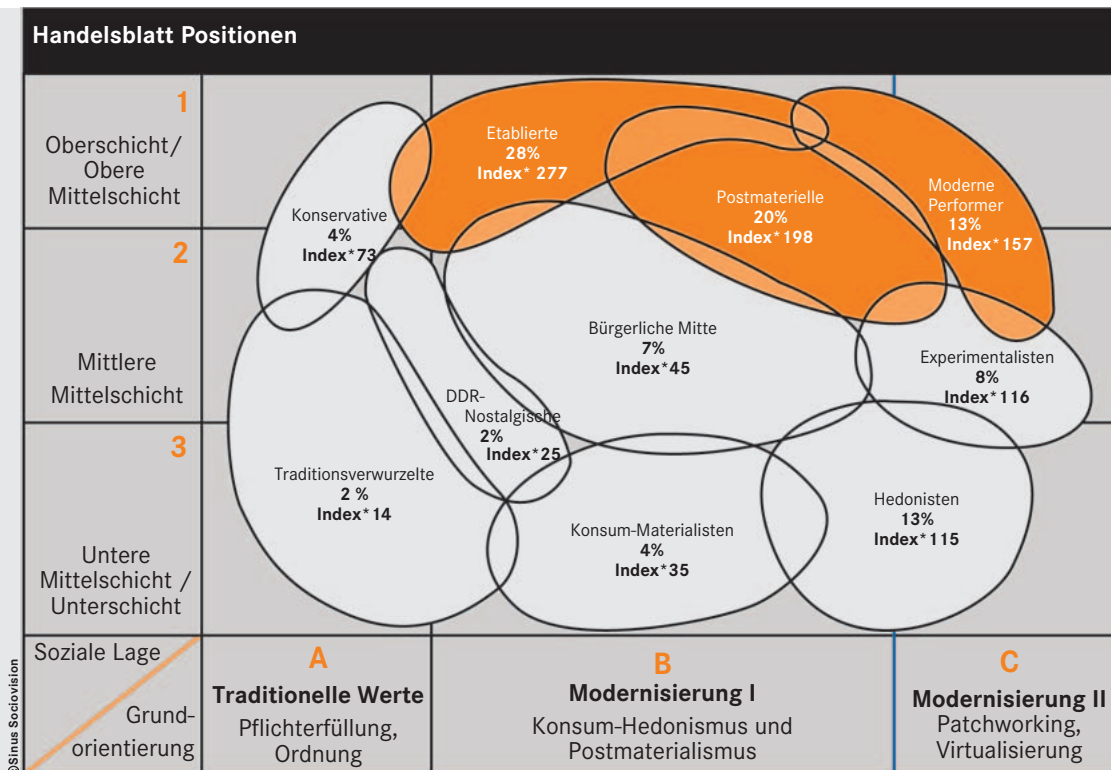
Die Zielgruppe der **Postmateriellen** ist mit einem **Index von 198** ebenfalls stark unter der Handelsblatt-Leserschaft vertreten.

Die Postmateriellen sind überwiegend hoch gebildet, kosmopolitisch und tolerant. Sie besitzen ein gehobenes Einkommen. Sie definieren sich mehr über Intellekt und Kreativität als über Besitz. Materieller Erfolg bedeutet für sie jedoch Unabhängigkeit und die Möglichkeit ihre Ideen zu realisieren.

Die dritte Gruppe der Handelsblatt-Leser (**Index 157**) lässt sich in das Milieu der **Moder-nen Performer** einordnen

Das ist die junge, unkonventionelle Leistungselite mit hohem Bildungsniveau und gehobenem Einkommen. Sie sind mit Multimedia groß geworden und nutzen die modernen Kommunikationstechnologien intensiv und lustvoll, im beruflichen wie auch privaten Leben.

Die Sinus-Milieus 2003



Quelle TDWI 2003/2004

*Angaben Handelsblatt indiziert gegenüber Anteile in der Gesamtbevölkerung / Gesamtbevölkerung = 100 %

Lesebeispiel: Etablierte: Gesamtbevölkerung Anteil von 9,9%

Etablierte: Handelsblatt Anteil 27,6% = überproportionaler Index von 277

Handelsblatt Crossmedia - Ganzheitliche Kommunikation mit Entscheidern.

Integrierte Kommunikationsansätze gewinnen weiterhin an Bedeutung. Handelsblatt Crossmedia bietet kundenspezifische Medialösungen für die ganzheitliche, vernetzte Kommunikation mit attraktiven Entscheiderzielgruppen unter Einbindung der Medienmarken:

**Handelsblatt, Wirtschafts- und Finanzzeitung
Handelsblatt.com und
Handelsblatt News am Abend.**

Der crossmediale Ansatz ermöglicht generell eine Reichweitenverdichtung und Kontaktverstärkung bei gleichzeitig unterschiedlichen medialen Ansprachen.

Ein Weg, der die Stärken der einzelnen Werbeträger sinnvoll kombiniert und unterschiedliche Response- und Direktansprache-Möglichkeiten lässt.

Print für den schnellen Kontakt- bzw. Reichweitenaufbau und nachhaltigen Imagetransfer.

Im Online-Bereich sind, auf Grund der Interaktivität des Mediums, vielfältige Response-Elemente möglich, so wie direkte „Links“ zu Kundenangeboten.

Handelsblatt News am Abend, die digitale Nachmittagszeitung, gewährleistet die Erreichbarkeit der Zielgruppe auf Geschäftsreisen.

Mit Top-Adressen, die qualifiziert und zielgenau selektierbar sind, wird das Lösungsangebot für die jeweilige Kommunikationsaufgabe abgerundet.

Insgesamt spricht Handelsblatt-Crossmedia Entscheiderzielgruppen rund um die Uhr und fast ortsunabhängig an. Handelsblatt Crossmedia, das ist börsentäglich aktuelle, kompetente und qualitativ hochwertige Berichterstattung rund um die Themen Wirtschaft, Finanzen, Politik und Entscheider privat.



Handelsblatt

News am Abend.

Handelsblatt News am Abend ist eine in ihrer Form weltweit einmalige Publikation. Die digitale Nachmittagszeitung des Handelsblatts – im handlichen DIN A4 Format – bedient den anspruchsvollen Informationsbedarf von Entscheidern auf Geschäftsreisen mit aktuellen Nachrichten des Tages.

In gewohnter Handelsblatt-Qualität recherchiert eine eigenständige Redaktion die relevanten Ereignisse aus Wirtschaft und Politik, aus Unternehmen und Märkten sowie von den Finanzplätzen der Welt. Weniger als zwei Stunden nach Redaktionsschluss (14 Uhr) hält der Leser ein hochwertiges 12-16 seitiges Printmedium in seinen Händen und sichert sich so einen signifikanten Wissensvorsprung.

Handelsblatt News am Abend spricht gezielt den Informationsbedarf von Entscheidern an und ermöglicht ihnen eine effiziente Vorbereitung für die anstehenden Herausforderungen.

Handelsblatt.com

Nachrichten und Kurse in Echtzeit: Das Handelsblatt im Internet. Informationen aus Wirtschaft und Finanzen kommen im Sekundentakt. Wer hier profitieren will, braucht einen Wegweiser auf dem Daten-Highway.

Handelsblatt.com bietet alle Informationen für die sichere Entscheidung im Unternehmen oder an der Börse. Mit aktuellen Nachrichten, zuverlässigen Analysen, sowie umfassenden und strukturiert aufbereiteten Datenbankinformationen zu Branchen, Märkten und Unternehmen, ist Handelsblatt.com das Informationsmedium für Anleger und Entscheider.

Hinter Handelsblatt.com steht die gesamte Kompetenz des Handelsblatts, Deutschlands führender Wirtschafts- und Finanzzeitung.

Handelsblatt News am Abend erscheint in den drei Editionen:

Lufthansa Inland-Edition

Diese Edition wird nachmittags ab 16.30 Uhr auf den Inlandsflügen der Lufthansa an die Business-Class-Passagiere verteilt.

Erscheinungsweise:
börsentäglich (Mo-Fr)

Auflage:
durchschnittlich ca. 60.000 Exemplare pro Woche.

Lufthansa International-Edition „News Update“

In Kooperation mit THE WALLSTREET JOURNAL EUROPE erhielt die International Edition, die durchgehend englischsprachig ist, den Titel „News Update“.

Auf interkontinentalen Flügen aus und nach Deutschland wird die Zeitung vom Bordpersonal an alle Fluggäste persönlich überreicht.

Gleichzeitig steht „News Update“ den Fluggästen auch in London, Paris und Mailand am Abfluggate zur Verfügung.

Erscheinungsweise:
börsentäglich (Mo-Fr).

Auflage: 35.000-40.000 Exemplare pro Woche.

ICE First Class Plus Edition

Als individuellen Service erhalten auch Reisende der 1. Klasse in ICE-Zügen sowie im Metropolitan die Handelsblatt News am Abend.

Der Metropolitan ist der komfortable Geschäftsreisezug der Bahn, mit der Strecke Köln-Hamburg.

Diese Edition bedient gleichzeitig 95% aller ICE-Linien und wird ab 16.00 Uhr durch die Zugbegleitung an die Reisenden verteilt.

Auflage: 40.000 Exemplare pro Woche.



Handelsblatt
NEWS AM ABEND

Redaktionschluss: 14:00 Uhr

WWW.HANDELSBLATT.COM

Mittwoch, 21. 1. 2004 - Nr. 751

Tui will Hapag-Lloyd an die Börse bringen
Der "Tui-Block" kommt...

Das System der Businesskombis.

Die Businesskombis - Solutions for leaders

„Kommunikation heute“ bedeutet mehr denn je, die Zielgruppe, die erreicht werden soll, sehr genau anzuvisieren. Nicht jeder Entscheider ist beispielsweise dem gleichen beruflich-gesellschaftlichen Umfeld zuzuordnen.

In der einen Kampagne gilt es, Entscheider aus dem wirtschaftlich-technischen Bereich anzusprechen, in der anderen stehen die gesellschaftlich-politisch und wirtschaftlich relevanten Zielgruppen im Mittelpunkt.

Das System der Businesskombis wird diesen unterschiedlichen Anforderungen gerecht und bietet dafür speziell auf die Kommunikationsanforderungen zugeschnittene Kombinationsmöglichkeiten an.

Durch die flexible Titelmzusammenstellung der vier hochkarätigen Medienmarken

Handelsblatt

VDI nachrichten

Der Tagesspiegel

Die ZEIT

bietet sich die Chance, jede kampagnenrelevante Entscheider-Zielgruppe mit ihren unterschiedlichen, inhaltlichen Schwerpunkten anzusprechen: Meinungsbildner und Multiplikatoren ebenso, wie den engeren Zielgruppenkern der B2B-Entscheider, aber auch den Entscheider in seiner Privatsphäre.

Der Hauptvorteil des Businesskombi-Systems liegt in der effizienten Einsatzmöglichkeit von zwei bis vier erfolgreichen Zeitungstiteln; natürlich verbunden mit einem wirtschaftlichen Vorteil ab der Buchung zweier Titel.

The image shows a large grey hexagon. Inside the hexagon, on the right side, is the logo for 'Businesskombi Solutions for Leaders'. The logo features the word 'Businesskombi' in a bold, black font, with 'Solutions for Leaders' in a smaller font below it. To the left of the logo, there is a large orange plus sign. Below the plus sign, there are four overlapping images of newspaper front pages. From left to right, they are: 'Handelsblatt', 'VDI nachrichten', 'Der Tagesspiegel', and 'Die ZEIT'. Each newspaper image shows its masthead and a portion of its content.

Business**kombi**
Technical

Handelsblatt
VDI nachrichten

Business**kombi**
TechnicalPremium

Handelsblatt
VDI nachrichten
DIE ZEIT

Business**kombi**
Berlin

Handelsblatt
Der Tagesspiegel

Business**kombi**
BerlinPremium

Handelsblatt
Der Tagesspiegel
DIE ZEIT

Business**kombi**
Premium

Handelsblatt
DIE ZEIT

Business**kombi**
XXL

Handelsblatt
VDI nachrichten
Der Tagesspiegel
DIE ZEIT

Business**kombi**
TechnicalBerlin

Handelsblatt
VDI nachrichten
Der Tagesspiegel

Business**kombi**
Europe

Businesskombi-Titel
+ Titel der führenden
europäischen Wirtschafts-
und meinungsbildenden
Presse

Europe Now – Starke Partner in Europa.

Wirtschaftsentscheider erreicht man in Deutschland durch das Handelsblatt. Um auch im europäischen Ausland das Top-Management gezielt ansprechen zu können, gibt es das Wall Street Journal Europe.

Handelsblatt und Wall Street Journal Europe sind in der Kombination **Europe Now** eine äußerst attraktive Partnerschaft eingegangen. Durch **Europe Now** - mit einer Auflage von 250.000 Exemplaren täglich - ist die direkte Verbindung zu Europas Wirtschaftsfachleuten der obersten Etagen gewährleistet.

Reichweiten ausgewählter Tageszeitungen in Europa

	Europa	Deutschland	Großbritannien	Frankreich	Schweiz	Belgien/ Luxemburg
Gesamt	423.034	106.030	105.053	59.195	17.934	12.995
Reichweiten in %						
Europe Now*	15	47	2	3	22	21
Financial Times	16	6	40	5	17	21
Frankfurter Allgem. Ztg.	13	48	-	1	7	4

Quelle: EBRS 2002; *Kombination Handelsblatt/The Wallstreet Journal Europe



Das attraktive Angebot für Werbungtreibende

Ein Kombi-Rabatt von **10%**



Objektdaten

Verkaufte Auflage	145.746 (IVW, Jahresdurchschnitt 2003)
Reichweite	AWA 2003 0,9 % = 555.000 Leser MA 2003 II 0,7 % = 480.000 Leser LAE 2003 10,6 % = 238.000 Leser
Erscheinungsweise	Börsentäglich; Montag – Freitag
Format	Satzspiegel 371 mm breit, 528 mm hoch
Mitgliedschaften	IVW / LAE / ma / AWA / ACTA / AWA „first class“ /TdWI

Weitere Informationen zum Handelsblattwww.handelsblatt.comwww.handelsblatt.com/pdawww.handelsblatt.com/wapwww.handelsblatt.com/englisch[www.gwp.de\(Media\)](http://www.gwp.de(Media))