



| Handelsblatt

Substanz entscheidet.

Titelprofil

Handelsblatt
Wirtschafts- und Finanzzeitung

Redaktionskonzept

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.

Das Handelsblatt beschreibt die Wirtschaft so, wie sie ist: spannend und aufregend.

Das redaktionelle Programm umfasst börsentäglich folgende Themenbereiche:

„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 Geldanlagethemen sowie Analysen und Hintergründe zu Aktien und Märkten stehen im Kern des Interesses. Aktuelle, newsgetriebene Anlegerberichterstattung sowie strategische, langfristige Anlegerstücke gleichermaßen.



Handelsblatt Weekend Journal / time to relax

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

Nicht das Geld ist das knappe Gut dieser Top-Verdiener, sondern die 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. Von 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 Martin Suter und Pit Falkenstein.

Zusätzlich im Weekend Journal finden Sie unseren neuen Reiseteil **time to relax**. Der Leser wird in wunderschöne Reiseziele in Deutschland, Europa und in ferne Länder rund um den Globus entführt. Wir haben für Sie neue Anzeigenformate geschaffen, die eine hohe Response und eine hohe Übersichtlichkeit der Angebote garantieren.

Für die Kommunikation hochwertiger Markenprodukte, Mode, Luxusgüter, Autos und selbstverständlich Reisen, ist das Weekend Journal mit **time to relax** die ideale Plattform. Nicht nur wegen der Qualität der Inhalte, sondern vor allem wegen der Qualität seiner Leser: gut situierte Entscheider in entspannter Wochenendstimmung.



Karriere & Management

Karriere & Management bietet dem Leser nutzwertig aufbereitete Managementthemen, die Analyse von Trends und eine Hintergrundberichterstattung. Die Zielgruppe der Top-Entscheider steht im Fokus des Konzepts.

Lesernutzen verspricht insbesondere die Aufbereitung von aktuellen, häufig dem Handelsblatt exklusiv vorliegenden Studien. Hier zeichnen sich neue Trends im Management ab, die eine Reaktion erfordern – oder zumindest das Wissen, wo man mit seinem Unternehmen vergleichsweise steht.

Hintergründe und Nutzwert werden zu aktuellen Managementthemen angeboten. Beispiele: Wie wehrt man eine feindliche Übernahme ab? Wodurch zeichnet sich gute PR in der Krise aus? Raum findet auch die Schilderung von aktuellen Entwicklungen und Branchen, die für alle wichtig sind, wie Wirtschaftsprüfer und Unternehmensberater.

Unter dem Aspekt „Karriere persönlich“ findet der Leser Ratschläge von Fachleuten zum Unternehmenswechsel, zu Führungsthemen oder zu Benimm-Fragen im Geschäftsleben.

Jeden Freitag informieren sich 238.000 Entscheidungsträger vor allem aus der Unternehmens- und Geschäftsführung über aktuelle Managementtrends. In **Karriere & Management** finden Sie das optimale Umfeld für Ihre Stellenanzeige.



Titelprofil

Leserschaftsdaten

LAE 2003							
Entscheidungsträger aus Wirtschaft und Verwaltung							
Grundgesamtheit Entscheidungsträger aus Wirtschaft und Verwaltung					2.237 Tsd.		
Reichweite Handelsblatt					10,6 % = 238 Tsd.		
Leserstruktur							
	Alle Entscheider	HB-Leser	HB-Index				
	LAE 2003 in %	HB-Anteil in %	0	50	100	150	200
Berufe							
Selbstständige	23,1	15,9					69
Freie Berufe	14,3	6,7					47
Leitende Angestellte	52,6	72,2					137
Beamte	10,1	5,2					51
Leitende Angestellte	52,6	72,2					13
mit umfassenden Führungsaufgaben	20,4	31,5					154
- davon Vorst./GF/Dir./Betriebs-/Werksleiter	11,3	19,5					173
mit selbstständiger Leistung	32,3	40,7					126
Gesamtleitung							
Kaufmännische Unternehmensführung	6,8	11,9					176
Marketing	5,7	9,5					167
Einkauf	4,8	6,9					143

Mit 88 % Leitenden Angestellten und Selbstständigen an der Gesamtleerschaft in der LAE 2003 hat das Handelsblatt den höchsten Anteil unter den überregionalen Tageszeitungen der LAE 2003. Rund ein Fünftel (19,5 %) sind Vorstände/Geschäftsführer/Direktoren/Amts-/Betriebs-/Werksleiter. Gleichermaßen der höchste Anteil unter den Überregionalen.

Das Handelsblatt weist in der LAE 2003 hervorragende Leistungswerte auf. Damit qualifiziert sich das Handelsblatt im Markt der überregionalen Tageszeitungen als Basiswerbeträger.

AWA 2004

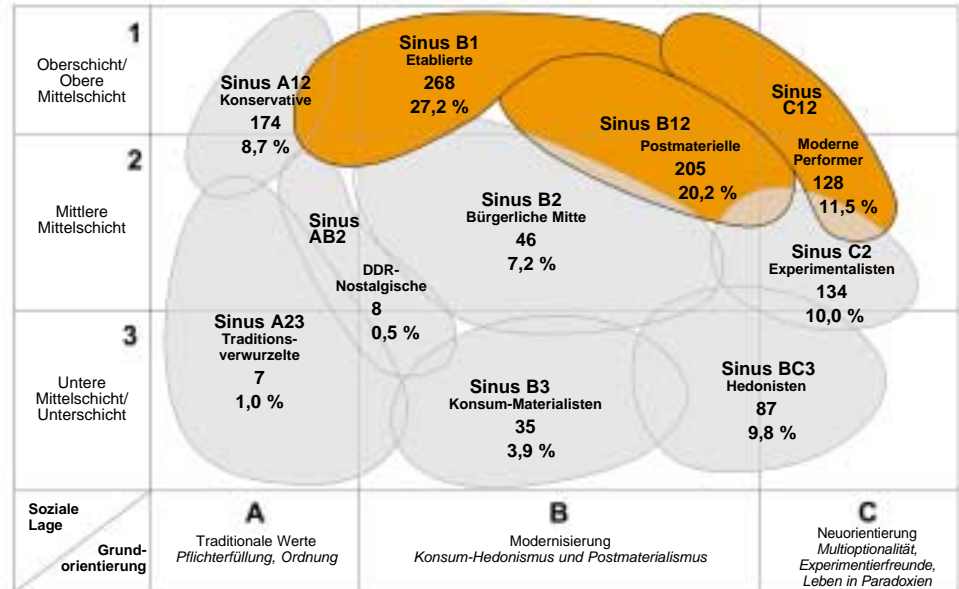
Grundgesamtheit	64,88 Mio.
Reichweite Handelsblatt	0,55 Mio.

Leserstruktur

	Gesamtbevölkerung	HB-Leser	HB-Index										
	AWA 2003 in %	HB-Anteil in %	0	50	100	150	200	250	300	350	400	450	
Geschlecht													
Männer	48,0	75,1	156										
Frauen	52,0	24,9	48										
Beruf des Befragten													
Selbstständige	2,8	13,2	478										
Leitende Angestellte	3,9	18,8	478										
Haushaltsnettoeinkommen													
bis unter 3.000 Euro	76,4	39,1	51										
3.000 - unter 5.000 Euro	19,1	40,2	210										
5.000 Euro und mehr	4,5	20,8	465										
Gesellschaftlich-wirtschaftlicher Status													
Stufe 1 = wirtschaftlich leistungsfähigste Schicht	10,2	38,6	379										
Stufe 2	12,2	24,7	203										

Die Handelsblatt-Leserschaft besitzt in den gehobenen soziodemografischen Segmenten herausragende Strukturanteile. Das ist eine Bestätigung für das überdurchschnittliche Profil des Titels bei den Lesern.

Handelsblatt-Positionen in Gesellschaftlichen Leitmilieus.

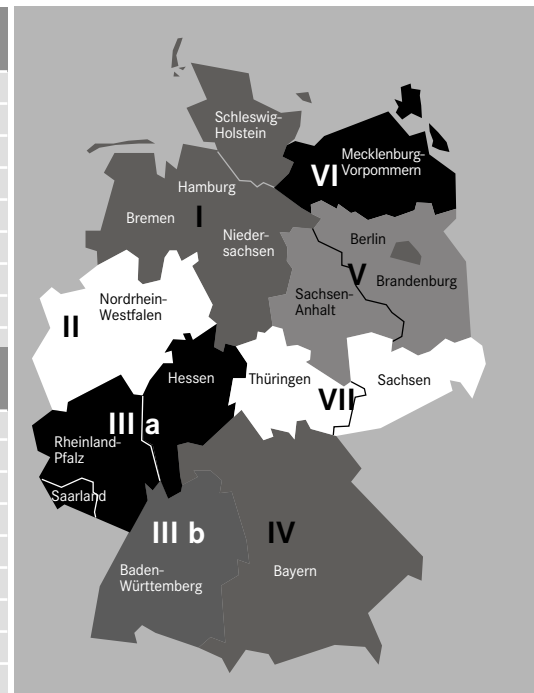


Quelle: TDW | 2003/2004 © Sinus-Institut

Das Handelsblatt ist in der Oberschicht, den sog. Gesellschaftlichen Leitmilieus nach dem Sinus-Modell – den Etablierten, Postmateriellen und Modernen Performern – besonders stark vertreten. Das beweist die aktuelle Typologie der Wünsche. Höchste Konsumkraft und bewusste Markenentscheidungen sind, u.a., die damit verbundenen positiven Charakteristika der Handelsblatt-Leser aus diesen drei Milieus.

Vertriebsdaten

Aufschlüsselung der verbreiteten Auflage nach Bundesländern			Verbreitungsanalyse, Auflage 2. Quartal 2004 ¹⁾	
Bundesland	Auflagenteil in % (Inland = 100%) ¹⁾	Bevölkerungsquerschnitt in % ²⁾		
Baden-Württemberg	12,5	12,1	Druckauflage	181.979
Bayern	13,8	14,6	Verkaufte Auflage	143.024
Berlin	5,0	4,0	Verbreitete Auflage	150.608
Brandenburg	0,9	3,5	Abonnenten	97.267
Bremen	1,0	0,8	Einzelverkauf	11.481
Hamburg	3,9	2,0	Sonstiger Verkauf	16.053
Hessen	15,2	7,1	Bordexemplare	18.223
Mecklenburg-Vorpommern	0,5	2,4	Frei- u. Werbeexemplare	7.584
Niedersachsen	6,8	9,8	Aufschlüsselung der verbreiteten Auflage nach Nielsen-Gebieten in %¹⁾	
Nordrhein-Westfalen	26,0	21,3	Nielsen I	14,0
Rheinland-Pfalz	3,2	5,0	Nielsen II	26,0
Saarland	1,0	1,3	Nielsen IIIa	19,4
Sachsen	1,9	5,9	Nielsen IIIb	12,5
Sachsen-Anhalt	0,7	3,5	Nielsen IV	13,8
Schleswig-Holstein	2,2	3,5	Nielsen V	5,0
Thüringen	0,8	3,3	Nielsen VI	2,0
			Nielsen VII	2,7
			Ausland	4,6



¹⁾ Quelle: IVW, 2. Quartal 2004

²⁾ Quelle: AWA 2004



Titelkombinationen

Handelsblatt
Wirtschafts- und Finanzzeitung



Das System der Businesskombis

Die Businesskombis – Solutions for Leaders

„Kommunikation heute“ bedeutet mehr denn je die jeweiligen Zielgruppen, die erreicht werden sollen, sehr genau anzuvisieren. Nicht jeder Entscheider – jeder Leader – ist beispielsweise dem gleichen beruflich-gesellschaftlichem Umfeld zuzuordnen.

In einer Kampagne gilt es den beruflichen Entscheider aus dem wirtschaftlich-technisch orientierten Zielgruppenportfolio anzusprechen; in einer anderen stehen die gesellschaftlich-politisch und wirtschaftlich relevanten Zielgruppen im Mittelpunkt.

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

Bleibt man in den beiden Beispielen, bietet sich im ersten Fall die Businesskombi Technical, bestehend aus Handelsblatt und VDI nachrichten, und im zweiten Fall die Businesskombi Berlin Premium, bestehend aus Handelsblatt, Der Tagesspiegel und DIE ZEIT, als Lösung an.

Das Businesskombi-System gibt Ihnen mit der Möglichkeit der flexiblen Titelzusammenstellung der vier hochkarätigen Medienmarken **Handelsblatt**, **VDI nachrichten**, **Der Tagesspiegel** und **DIE ZEIT**, die Chance, jede kampagnenrelevante Entscheider-Zielgruppe mit ihren unterschiedlichen inhaltlichen Schwerpunkten zielführend 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. Und zwar ganz nach den besonderen Anforderungen der jeweiligen Kampagnenausrichtung.

Zusätzlich gibt es einen Rabatt bei Buchung

zwei Titel: 5%
ab drei Titeln: 9%

› **BusinesskombiTechnical**
Handelsblatt und VDI nachrichten.

› **BusinesskombiBerlin**
Handelsblatt und Der Tagesspiegel.

› **BusinesskombiPremium**
Handelsblatt und DIE ZEIT.

› **BusinesskombiTechnicalBerlin**
Handelsblatt, VDI nachrichten und Der Tagesspiegel.

› **BusinesskombiTechnicalPremium**
Handelsblatt, VDI nachrichten und DIE ZEIT.

› **BusinesskombiBerlinPremium**
Handelsblatt, Der Tagesspiegel und DIE ZEIT.

› **BusinesskombiXXL**
Handelsblatt, VDI nachrichten,
Der Tagesspiegel und DIE ZEIT.

› **BusinesskombiEurope**
Businesskombi-Titel und Titel der führenden
europäischen Wirtschafts- und meinungsbildenden Presse.

Solutions for Leaders.

1. **Höchste Zielgruppenqualität (hohe Bildung, hohes Einkommen) vereint mit sehr hoher Kaufkraft.**
2. **Große Reichweiten bei den Entscheiderzielgruppen.**
3. **Gleichzeitige Erreichbarkeit von B2B- und B2C-Zielgruppen.**
4. **Geringe Leserüberschneidung.**
5. **5% Rabatt bei der Kombination von 2 Premiumtiteln; 9% Rabatt bei 3 oder 4 Premiumtiteln.**
6. **Grundabschlüsse der jeweiligen Einzeltitel werden übernommen.**
7. **Einfache Buchung.**



Titelkombinationen

Handelsblatt
Wirtschafts- und Finanzzeitung

EUROPE NOW – Anzeigenkombination Handelsblatt/THE WALL STREET JOURNAL EUROPE

Profitieren Sie von einer größeren Reichweite und einem besseren Kosten-Leistungsverhältnis. Bei einer Belegung von Handelsblatt und THE WALL STREET JOURNAL EUROPE erhalten unsere Kunden einen Kombinationsrabatt von 10% auf diese Einschaltungen (kleinster gemeinsamer Nenner). Dieser Rabatt wird nach Abzug eventuell anfallender Mengen- bzw. Frequenzrabatte und vor Abzug der Agenturprovision berechnet.

Die Rechnungsstellung wird ebenfalls getrennt erfolgen.

Finanzanzeigen zum ermäßigten Preis für Pflichtveröffentlichungen im Handelsblatt sind von EUROPE NOW ausgeschlossen.



Handelsblatt Crossmedia - Ganzheitliche Kommunikation mit Entscheidern

Integrierte Kommunikationsansätze gewinnen weiterhin an Bedeutung. Mit **Handelsblatt Crossmedia** bieten wir Ihnen jeweils eine kundenspezifische Medialösung 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 bietet generell die Möglichkeit der Reichweitenverdichtung und Kontaktverstärkung bei gleichzeitig unterschiedlichen medialen Ansprachen. Ein Weg, der die Stärken der einzelnen Werbeträger sinnvoll kombiniert und Ihnen unterschiedliche Response- und Direktansprache-Möglichkeiten lässt. Print für den schnellen Kontakt- bzw. Reichweitenaufbau und nachhaltigen Imagetransfer.

Im Online-Bereich sind, aufgrund der Interaktivität des Mediums, vielfältige Response-Elemente möglich sowie direkte ‚Links‘ zu Ihrem Kundenangebot.

Handelsblatt News am Abend, die digitale Nachmittagszeitung, gewährleistet die Erreichbarkeit der Zielgruppe auf Geschäftsreisen. Mit Top-Adressen aus unserer Database, die qualifiziert und zielgenau selektierbar sind, runden wir unsere Lösungsangebote für Ihre Kommunikationsaufgaben ab.

Insgesamt bietet **Handelsblatt-Crossmedia** die Ansprache der Entscheiderzielgruppen rund um die Uhr fast ortsunabhängig. Börsentäglich aktuelle, kompetente, qualitativ hochwertige Berichterstattung rund um die Themen Wirtschaft, Finanzen, Politik und Entscheider privat – bei optimaler Nutzung des jeweiligen Medienformates. **Handelsblatt Crossmedia** – fragen Sie uns.



Argumente für ‚Handelsblatt Crossmedia‘.

- ➔ Kompetente Wirtschafts- und Finanzberichterstattung auf allen Kanälen
- ➔ Optimale Umfeldler zur Unterstützung der jeweiligen Werbebotschaft
- ➔ Alle drei Handelsblatt-Medien bedienen homogene Zielgruppen
- ➔ Top-Adressen für die Zielgruppen-Direktansprache
- ➔ Mehr Medialeistung: Kontaktverstärkung und Reichweitenverdichtung in den attraktiven Entscheiderzielgruppen mit nur einer Medienmarke
- ➔ Gewährleistet mit Handelsblatt News am Abend auch die Erreichbarkeit der Zielgruppe unterwegs
- ➔ Neben zusätzlichen qualitativen Nutzen auch direkte monetäre Vorteile im Rahmen eines Crossmedia Rabattes
- ➔ Attraktive, exklusive Zusatzkomponenten
- ➔ Servicevorteile mit einem Ansprechpartner und einem zentralen Angebot

Weitere Angebote

Handelsblatt
Wirtschafts- und Finanzzeitung

whynot! Ein Supplement im | Handelsblatt

Warumnicht?

Lebensphilosophie der Leistungselite.

Die Handelsblatt-Leser finden sich in den gesellschaftlichen Leitmilieus der Sinus-Typologie wieder.

Wer das Handelsblatt liest, ist wirklich etabliert. Beruflich erfolgreich, finanziell sehr gut ausgestattet, ein hohes Bildungsniveau und vielseitig interessiert: das sind die charakteristischen Kennzeichen der Handelsblatt-Leser.

Warumimmer?

Der Lebensstil der Arrivierten.

Kenntnis und Stilgefühl, ausgeprägtes Statusdenken, Exklusivitätsansprüche und repräsentativer Konsum gelten als die wesentlichen Kennzeichen der Handelsblatt-Leser.

Sie besitzen eine große Aversion gegen sinnentleerten Konsum. Es herrscht ein hohes Qualitäts-, Marken- sowie ein ausgesprochenes Trendsetter-Bewußtsein. Doch auch Streben nach Balance zwischen Körper, Geist und Seele ist Primat Ihrer Lebensphilosophie.

Warumjetzt?

Beruflicher Erfolg und hoher Lebensstandard.

Handelsblatt-Leser finden ihr Selbstbewusstsein als gesellschaftliche Elite:

Erfolg durch Leistung und Durchhaltevermögen, Übernahme von Führungsverantwortung, klare Karrierestrategien, souveräner Umgang mit beruflichen Herausforderungen.

Quelle: Handelsblatt Sinus Sociovision 2004

Weitere Angebote

Handelsblatt
Wirtschafts- und Finanzzeitung



Das Fitness-Magazin für Manager

Fitness, Wellness und Gesundheit sind die viel diskutierten Themen unserer Zeit. Wer körperlich gesund, geistig leistungsfähig und innerlich zufrieden sein will, muss etwas für sich tun – in sich und seinen Körper investieren.

Gerade beruflich stark engagierte Menschen müssen den steigenden Druck in der Arbeitswelt kompensieren. Fitness und Wellness dienen dabei als Energiequellen, um sich den Herausforderungen der Arbeitswelt immer wieder zu stellen und die richtige Balance zwischen An- und Entspannung zu erreichen. Oft bleiben jedoch Fragen über den besten Einstieg in ein aktiveres Leben offen.

enjoy your life, das einzigartige Fitnessmagazin für Manager aus der Verlagsgruppe Handelsblatt, bietet die passenden Antworten. Mit schnell umsetzbaren Tipps und Anregungen für ein gesünderes Leben bietet das redaktionelle Umfeld eine ausgezeichnete Möglichkeit für die Kommunikation mit dieser attraktiven Zielgruppe.

enjoy your life ist anders! Es zeigt der Leserschaft – der Leistungselite – auf, dass sie es selbst in der Hand hat, ihr Leben umzustellen und für ein ausgeglicheneres Leben aktiv zu werden.

enjoy your life ist auf die hochinteressierte, kaufkraftstarke Leserschaft der Träger-Objekte WirtschaftsWoche, €uro und Handelsblatt zugeschnitten. Als Beihefter bzw. Beilage in diesen Titeln liefert das Magazin kompetente Informationen für fitnessorientierte Zielgruppen.



new INVESTOR

new INVESTOR, das Magazin für innovative Geldanlagen aus der Verlagsgruppe Handelsblatt, ist das reichweitenstärkste Anlegermedium in Deutschland. Als Beihefter bzw. Beilage in der Gesamtauflage von WirtschaftsWoche, Junge Karriere und Handelsblatt präsentiert das Magazin vier-mal jährlich Trends, Produkte und Chancen in allen wichtigen Finanzmärkten.

new INVESTOR vermittelt das Basiswissen für alle innovativen Investments und hilft dem privaten Anleger, neue Chancen in einem komplexen Markt optimal zu nutzen. Dahinter steht die Kompetenz erfahrener Finanz-Journalisten der Verlagsgruppe Handelsblatt.

Mit new INVESTOR bieten wir Ihnen eine einzigartige Belegungseinheit für die Ansprache einer hochattraktiven und geldinteressierten Leserschaft. Höchste Reichweite und beste Wirtschaftlichkeit – das sind Qualitätsmerkmale, mit denen new INVESTOR in den relevanten Zielgruppen überzeugt.

Weitere Angebote

Handelsblatt
Wirtschafts- und Finanzzeitung

Handelsblatt News am Abend

Handelsblatt News am Abend – auf mindestens 12 Seiten, im kompakten DIN-A4-Format, bietet diese digitale Nachmittagszeitung die wichtigsten Informationen des Tages aus Wirtschaft, Politik, Unternehmen und Märkten sowie von den Finanzmärkten der Welt. **Handelsblatt News am Abend** ist nur exklusiv in der Business Class der Deutschen Lufthansa und der 1. Klasse der Deutschen Bahn erhältlich. Nutzen Sie diesen exklusiven Zugang zur Entscheiderzielgruppe.



Es gibt drei unterschiedliche Editionen:

Lufthansa Inland-Edition

Diese Edition wird nachmittags ab 16.30 Uhr auf den Inlandflügen der Lufthansa an die Business-Class-Passagiere verteilt. Auflage: ca. 60.000 Exemplare/Woche.

Lufthansa International-Edition „News Update“

Die International-Edition ist eine durchgehend englischsprachige Version der **Handelsblatt News am Abend**. Sie erscheint auf interkontinentalen Flügen aus und nach Deutschland sowie an den Abfluggates in London, Paris und Mailand. Auflage ca. 40.000 Exemplare/Woche.

ICE First Class Plus Edition

Die ICE Edition gewinnt den Geschäftsreisenden auf der Schiene. Alle Reisenden der 1. Klasse in fast allen ICE-Zügen sowie im Metropolitan erhalten die **Handelsblatt News am Abend** ab 16.00 Uhr. Auflage: 40.000 Exemplare/Woche.

Fordern Sie Informationen über Belegungs- und Werbemöglichkeiten in **Handelsblatt News am Abend** an. Wir verfügen über ein breites Spektrum an individuellen Werbeformaten (z. B. Beihefter, Beikleber) und Ad-Specials.

Handelsblatt.com



Handelsblatt.com, die eigenständige Onlineausgabe des Handelsblatts steht für verlässlichen, objektiven, kritisch-analytischen Journalismus. Durch viele interaktive Elemente besteht eine starke Bindung zwischen User und Redaktion. Wie das Handelsblatt ist auch Handelsblatt.com heute noch internationaler, legt noch mehr Gewicht auf neue Entwicklungen und bietet auf allen Gebieten mehr Nutzwert

Handelsblatt.com erreicht pro Woche 523 Tausend Nutzer. Pro Monat sind es 1.219 Tausend. Diese zeichnen sich durch einen hohen Bildungsgrad und ein überdurchschnittliches Einkommen aus.

Über 31 Prozent verfügen über ein abgeschlossenes Studium. 46 Prozent können auf ein persönliches monatliches Nettoeinkommen von über 2.500 Euro zurückgreifen. Im Beruf nehmen sie oft Führungs-

positionen ein. 21 Prozent sind leitend angestellt. 7 Prozent sind selbstständig. 47 Prozent sind am betrieblichen Entscheidungsprozeß über Anschaffungen beteiligt. Neben Nachrichten über das politische Geschehen und Wirtschaftsthemen zeichnen sich die Nutzer von Handelsblatt.com durch breite Interessen aus. (Quelle ACTA 2003)

Handelsblatt.com bietet eine breite Palette an Werbeformen zur Erfüllung vielfältiger Kommunikationsziele. Lassen Sie sich beraten!

JournalMittelstand



Das Journal **Mittelstand** ist eine hochwertige Beilage des Handelsblatts, der führenden Zeitung für Top-Entscheider in mittelständischen und Groß-Unternehmen in Deutschland. Es erscheint im Handelsblatt-Format und erreicht jeden Montag alle Leser des Handelsblatts.

Das Journal **Mittelstand** bietet kleineren und mittleren Unternehmen erstmals eine eigene redaktionelle wie werbliche Plattform im Handelsblatt. Woche für Woche werden einzelne Branchen oder bedeutende Branchensegmente umfassend beschrieben: Die aktuelle Situation, die wichtigsten ökonomischen wie technologischen Trends, die führenden Unternehmen und Produkte, die innovativsten Firmen und die attraktivsten Arbeitgeber.

Daten, Fakten und viel Nutzwert unter dem Motto „Wir sind der Mittelstand“.

Die Themen des Journal **Mittelstand** werden soweit möglich im Vorfeld führender Branchenveranstaltungen wie Branchenleitmessens und Kongressen terminiert, also an Zeitpunkten, in denen besonders innovative Produkte vorgestellt werden und das Interesse der Fachöffentlichkeit besonders hoch ist.

Fordern Sie bitte unseren Themenkatalog an oder im Internet unter www.gwp.de/handelsblatt/mittelstand.

Seien Sie dabei, denn montags ist Mittelstandstag!

Themen, Termine, Formate und Preise entnehmen Sie bitte dem aktuellen Preisblatt.