



Konzept | Rubriken | Auflage | Reichweite
Leser | Sonderformate | Service

manager
Wirtschaft aus erster Hand **magazin**

Inhalt

Redaktionelles Konzept

Rubriken

Auflage

Reichweite

Leser

Sonderformate

Service



Konzept | Rubriken | Auflage | Reichweite

Leser | Sonderformate | Service

manager
Wirtschaft aus erster Hand **magazin**

Das redaktionelle Konzept

Wirtschaft aus erster Hand

§ manager magazin ist das monatliche Wirtschaftsmagazin für berufliche **Entscheider und Führungskräfte.**

§ Im Mittelpunkt stehen nicht die schnellen, spekulativen Nachrichten, sondern fundierte Analysen und gut recherchierte Hintergrundberichte aus **allen Unternehmens- und Wirtschaftsbereichen.**

§ manager magazin positioniert sich durch eine **analytisch-kritische Unternehmensberichterstattung.**



Das redaktionelle Konzept

Wirtschaft aus erster Hand

§ manager magazin vermittelt den Einblick in die Praxis anderer Unternehmen, dokumentiert unternehmerischen Erfolg und Misserfolg, analysiert wie Top-Manager Probleme lösen und Weichen für die Zukunft stellen.

§ manager magazin beschreibt wie sich Branchen und die Konjunktur entwickeln und untersucht die wichtigsten Trends in den einzelnen Märkten.

§ **manager magazin informiert über alles, was ein Manager wissen muss.**



Das redaktionelle Konzept

Kernkompetenzen

- | Exklusive Unternehmensberichte
- | Berichterstattung über Führungskräfte
- | Trends in Märkten und Branchen
- | Karriereberatung



Konzept | Rubriken | Auflage | Reichweite
Leser | Sonderformate | Service

manager
Wirtschaft aus erster Hand magazin

Inhalt

Redaktionelles Konzept

Rubriken

Auflage

Reichweite

Leser

Sonderformate

Service



Konzept | Rubriken | Auflage | Reichweite

Leser | Sonderformate | Service

manager
Wirtschaft aus erster Hand **magazin**

Rubriken

Namen + Nachrichten

News aus den Top-Etagen. Hier stehen die Führungskräfte im Mittelpunkt der Berichterstattung.

Aktuell und präzise blickt die Redaktion hinter die Kulissen und berichtet über Strategien, Machtkämpfe, Karrieren und Erfolgsrezepte von Managern.

Namen+Nachrichten
14

Räumungsverkauf

Kirch-Gruppe: Beispielsweise Messwirtschaft und unglaubliche Schuldenexzesse stürzten den Medienkonzern ins Chaos. An eine Rettung glaubt kaum noch einer.

Vertriebschef im Exil: Leo Kirch und Chefredakteur Dieter Hahn



Kirch – Chronik eines Abstiegs

...schweren und Medienkonzern Kirch das größte Unternehmen in Deutschland ist. Am 3. Februar auf dem Weg zum Wochenende nach München liegt **Kirch, Sarrazin** (66), Chef der Geschäftsbereichsleiter des Konzerns. Kirch und Sarrazin sind die beiden wichtigsten Führungskräfte des Konzerns. Kirch ist der Gründer und Sarrazin der langjährige Vorstandschef. Kirch ist der Gründer und Sarrazin der langjährige Vorstandschef. Kirch ist der Gründer und Sarrazin der langjährige Vorstandschef.

1997 Kirch kauft die deutsche Bank mit 300 Millionen Mark, verdrängt die deutsche Zinsbank mit 200 Millionen Mark (1997).

2000 Kirch kauft die deutsche Bank mit 300 Millionen Mark, verdrängt die deutsche Zinsbank mit 200 Millionen Mark (1997).

2001 Kirch kauft die deutsche Bank mit 300 Millionen Mark, verdrängt die deutsche Zinsbank mit 200 Millionen Mark (1997).

2002 Kirch kauft die deutsche Bank mit 300 Millionen Mark, verdrängt die deutsche Zinsbank mit 200 Millionen Mark (1997).

Rubriken

Unternehmen

Exklusive Unternehmensberichte gehören zu den Kernelementen des manager magazin.

Durch investigativen Journalismus werden Unternehmen und deren Entscheidungen für die Leser transparent dargestellt.



Unternehmen

Jürgen Hubert:
Der Mercedes-
Chef mahnt
die Konkurrenz
auf
Kollisionskurs

Ferdinand Piëch:
Der VW-Chef
sucht die
Konfrontation
mit
Mercedes

Keiner wird gewinnen

Autoindustrie: Noch edler, noch schneller, noch teurer – in einem Milliarden segment, in ihrem PS- und Zylinder-Wahn verliert die Branche den Profit aus

Der Luxuswagenhersteller Mercedes-Benz hat sich in den vergangenen Jahren als einer der erfolgreichsten Unternehmen der Welt etabliert. Der Konzern hat sich in den vergangenen Jahren zu einem der größten Automobilhersteller der Welt entwickelt. Die Mercedes-Benz AG hat sich in den vergangenen Jahren zu einem der größten Automobilhersteller der Welt entwickelt. Die Mercedes-Benz AG hat sich in den vergangenen Jahren zu einem der größten Automobilhersteller der Welt entwickelt.

Der Luxuswagenhersteller Bentley hat sich in den vergangenen Jahren als einer der erfolgreichsten Unternehmen der Welt etabliert. Der Konzern hat sich in den vergangenen Jahren zu einem der größten Automobilhersteller der Welt entwickelt. Die Bentley Motors Ltd. hat sich in den vergangenen Jahren zu einem der größten Automobilhersteller der Welt entwickelt.

52 | manager magazin | 53

Rubriken

Finanzmärkte

Diese Rubrik konzentriert sich auf übergeordnete Zusammenhänge und langfristige Trends im Kapitalmarkt.

Aus Sicht des kritischen Aktionärs werden die wichtigsten Player auf den Finanzmärkten analysiert: Banken, Versicherungen, Fondsgesellschaften und Analysten.

Finanzmärkte

Das Experiment

Allianz Mit der Übernahme der Dresdner Bank geht die Allianz eine riskante Wette ein. Die Integration von Bank- und Versicherungsgeschäft ist in der Praxis kaum zu schaffen – und gilt vielen in der Branche als Irrweg.

Das Experiment 21. April mit der Übernahme der Dresdner Bank durch die Allianz ist ein riskantes Wagnis. Die Integration von Bank- und Versicherungsgeschäft ist in der Praxis kaum zu schaffen – und gilt vielen in der Branche als Irrweg.

Theorie	Praxis
<ul style="list-style-type: none"> • Verkauf von Versicherungen über Direktkanäle sorgt für langfristige Erlössteigerungen • Integration von Bank- und Versicherungsgeschäft ist in der Praxis kaum zu schaffen • Allianzkonzerne müssen die komplette Produktpalette auf der anderen Seite des Marktes anbieten 	<ul style="list-style-type: none"> • Cross-Selling bringt in den meisten Fällen nur wenig zusätzliches Geschäft • Aufbau einer gemeinsamen Informationsinfrastruktur und Schulung der Mitarbeiter erfordern massive Investitionen • Kunden werden selbstbewusster und fordern bei Angeboten immer den besten Produktpreis

Rubriken

Geldanlage

Experten zum Thema private Finanzen informieren über Chancen und Risiken der verschiedenen Geldanlage-möglichkeiten.

Von der Strategie bei der persönlichen Altersvorsorge bis zur Taktik beim nächsten Börsenboom.

Geldanlage

KASSE

Kundenrechte

Die Banken müssen über Risiken aufklären und Empfehlungen die Finanzkraft ihrer Kunden anpassen.

Die Einlagenregeln sollen den Anlegern ein Bild vermitteln, wie sich eine Firma wirklich entwickelt.

Die Geldhäuser sind verpflichtet, kundenfreundliche Urteile des Bundesgerichtshofes umzusetzen.

Bankentricks

Viele Institute stellen sich mit der Behauptung davon, der Kunde habe das Vertragsrecht vorgeschlagen.

Einwarntexte können kein korrektes Bild, weil die Banken Programme in den Besonderen verwenden.

Ein Teil der Finanzindustrie ignoriert kundenfreundliche Ratschläge aus Korruptionssicht und verbirgt.

Bankräuber in Nadelstreifen

Bankhaftung: Crash am Neuen Markt, Immobilienpleite in Ostdeutschland – viele Anleger wollen sich nun ihr Geld vor Gericht zurückholen. Doch die Geldhäuser sind auf die Klagen gut vorbereitet, manager magazin sagt, mit welchen Tricks die Finanzindustrie arbeitet. Und wie Sie sich dagegen wehren können.

134 | manager magazin 2/02

135 | manager magazin 2/02

Rubriken

Trends

Trends dienen den Managern zur grundsätzlichen Orientierung und liefern wichtige Informationen für strategische Unternehmensentwicklungen.

Gleichzeitig werden Konjunkturentwicklungen, Wachstumsmärkte und Branchen von morgen beschrieben.



Trends

Tickets für die Zukunft

Technologien bleiben der stärkste Antrieb für die Wirtschaft, die Zugangspforte zu künftigen Märkten. Doch welche Verfahren werden wirklich wichtig, welche bergen ökonomische Substanz? mm präsentiert die sieben Technologien mit dem größten Potenzial.

Die Zukunft der Energiegewinnung (siehe Seite 160) wird sich in einem stetigen Wandel der Produktion, der auf der Wertschöpfungskette...

Die sieben wichtigsten Technologien im Detail:

Bündeln statt Aufschließen: Kernreaktoren "Schlüsseltechnologien" S. 160-161	Optik-Elektronik: Mechatronik S. 170	Optik-Elektronik: Mechatronik S. 170
Experte im Blick: Karl-Heinz Gier TechnoTrends.de S. 162	Umfang: Wirtschafts- und Wissenschafts- S. 170	Umfang: Wirtschafts- und Wissenschafts- S. 170
Die sieben wichtigsten Technologien im Detail: Energie S. 160 Transport S. 161 Gesundheit S. 162	Die sieben wichtigsten Technologien im Detail: Energie S. 160 Transport S. 161 Gesundheit S. 162	Die sieben wichtigsten Technologien im Detail: Energie S. 160 Transport S. 161 Gesundheit S. 162

Rubriken

Karriere

Perspektiven, Entwicklungsmöglichkeiten und fundierte Karrieretipps für

- | Studenten
- | Absolventen und
- | Manager

zur Verbesserung der persönlichen Wettbewerbssituation.

Karriere



Unter Wasser

Entrepreneure: Mehr Mut, mehr Wachstum, mehr Innovation – die Gründerwelt hat Deutschland verändert. Jetzt kippt der Trend, die Zahl der neuen Firmen sinkt. Gewinner: die Konzerne. Verlierer: die Volkswirtschaft.

Wenn das Geschäft in Deutschland sinkt, dann ist das ein Zeichen für den Wandel. Die Statistik zeigt: Die Zahl der Neugründungen sinkt seit Jahren. Das ist ein Problem, denn die Wirtschaft braucht neue Ideen und Energie. Die Statistik zeigt: Die Zahl der Neugründungen sinkt seit Jahren. Das ist ein Problem, denn die Wirtschaft braucht neue Ideen und Energie.

Wahrnehmung

- Die Statistik zeigt: Die Zahl der Neugründungen sinkt seit Jahren.
- Das ist ein Problem, denn die Wirtschaft braucht neue Ideen und Energie.

Wirklichkeit

- Die Statistik zeigt: Die Zahl der Neugründungen sinkt seit Jahren.
- Das ist ein Problem, denn die Wirtschaft braucht neue Ideen und Energie.

192 193

Rubriken

Exklusiv

Persönliche Bedürfnisse und Interessen im privaten Umfeld von Managern stehen im Mittelpunkt dieser Rubrik.

Dazu gehören hochwertige Autos, Reisen, Uhren, Hotels, Zigarren, Weine, Mode sowie Sport, Wellness und Gesundheit.



Inhalt

Redaktionelles Konzept

Rubriken

Auflage

Reichweite

Leser

Sonderformate

Service



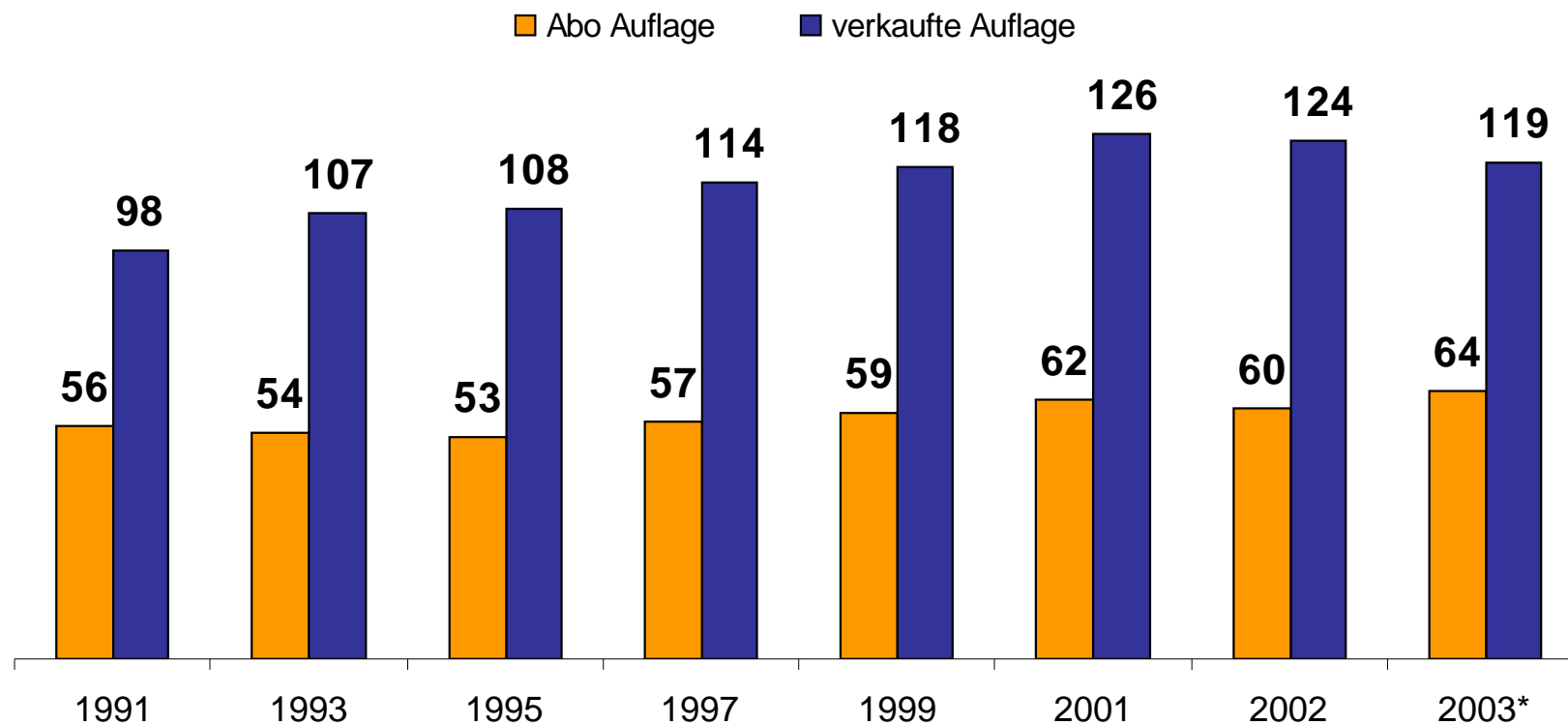
Konzept | Rubriken | Auflage | Reichweite

Leser | Sonderformate | Service |

manager
Wirtschaft aus erster Hand **magazin**

Auflage: Jahresdurchschnitt 1991-2003*

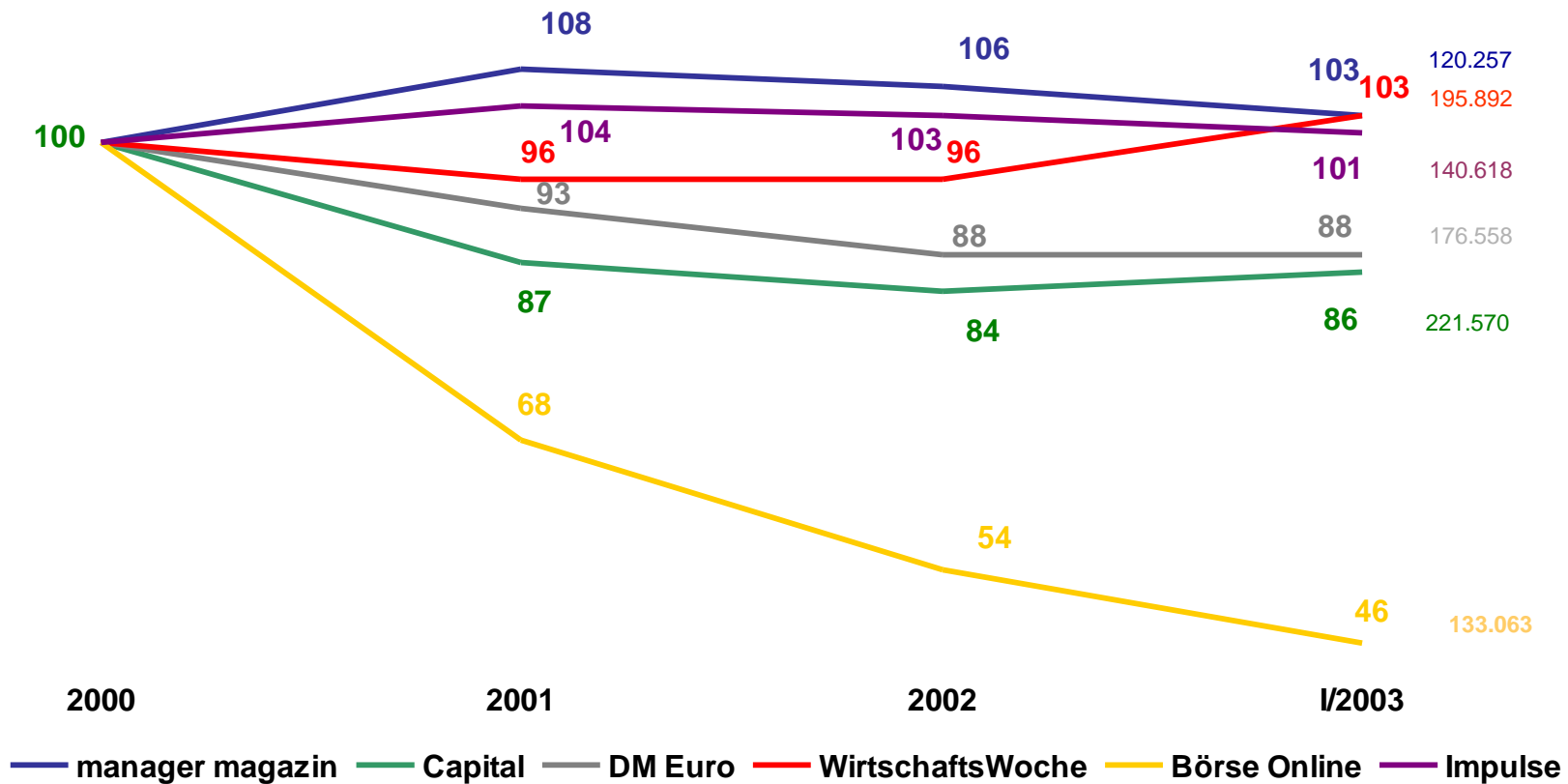
Monatlich verkaufte Auflage in Tausend



Quelle: IWW / *1. + 2. Quartal 2003

Auflagenentwicklung 2000 – I/2003

Durchschnittlich verkaufte Auflage, Index 2000 = 100



Konzept | Rubriken | Auflage | Reichweite
 Leser | Sonderformate | Service

manager
 Wirtschaft aus erster Hand **magazin**

Auflage: 2002 versus 2000

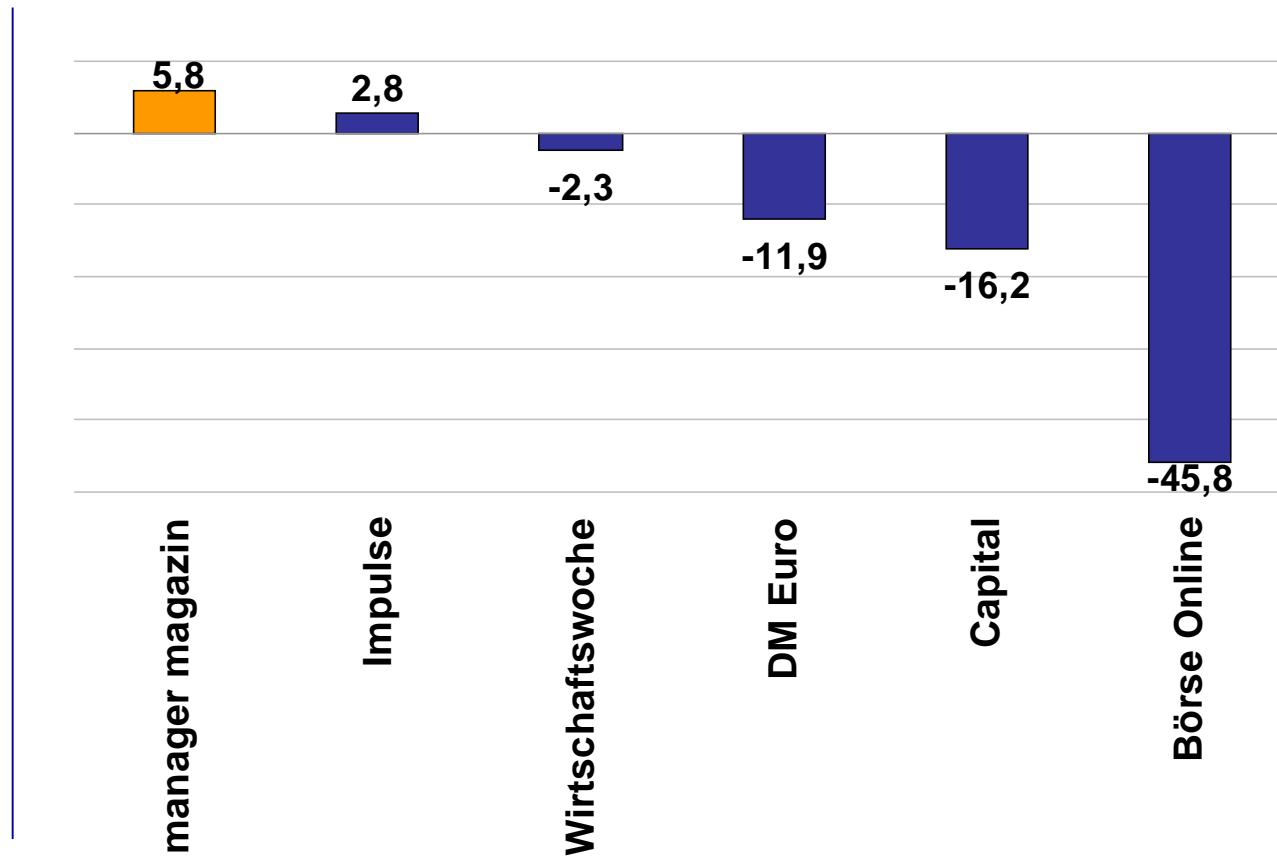
Entwicklung der verkauften Auflage im Konkurrenzumfeld

	Ø verkaufte Auflage 2002	Ø verkaufte Auflage 2000	Veränderung absolut
manager magazin	123.875	116.615	7.260
Impulse	142.881	138.985	3.897
WirtschaftsWoche	188.680	193.132	- 4.452
DM Euro	177.487	201.438	- 23.951
Capital	215.593	257.593	- 41.729
Börse Online	157.895	291.457	- 133.562

Quelle: IVW

Auflage: 2002 versus 2000

Veränderung der verkauften Auflage in Prozent



Quelle: IVW

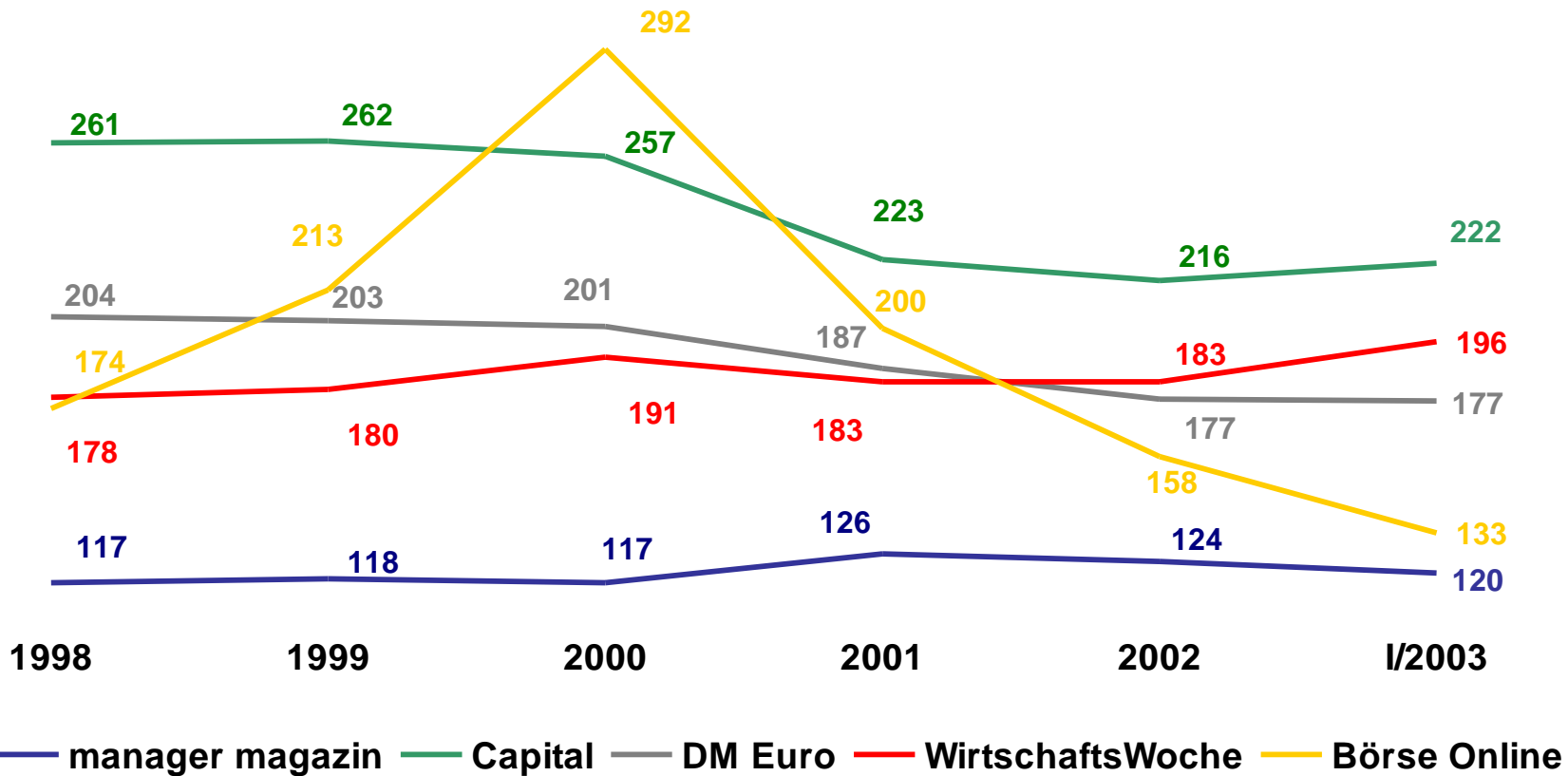
Konzept | Rubriken | Auflage | Reichweite

Leser | Sonderformate | Service

manager
Wirtschaft aus erster Hand **magazin**

Verkaufte Auflage 1998 – I/2003

Durchschnittlich verkaufte Auflage in Tausend pro Jahr



Quelle: IVW

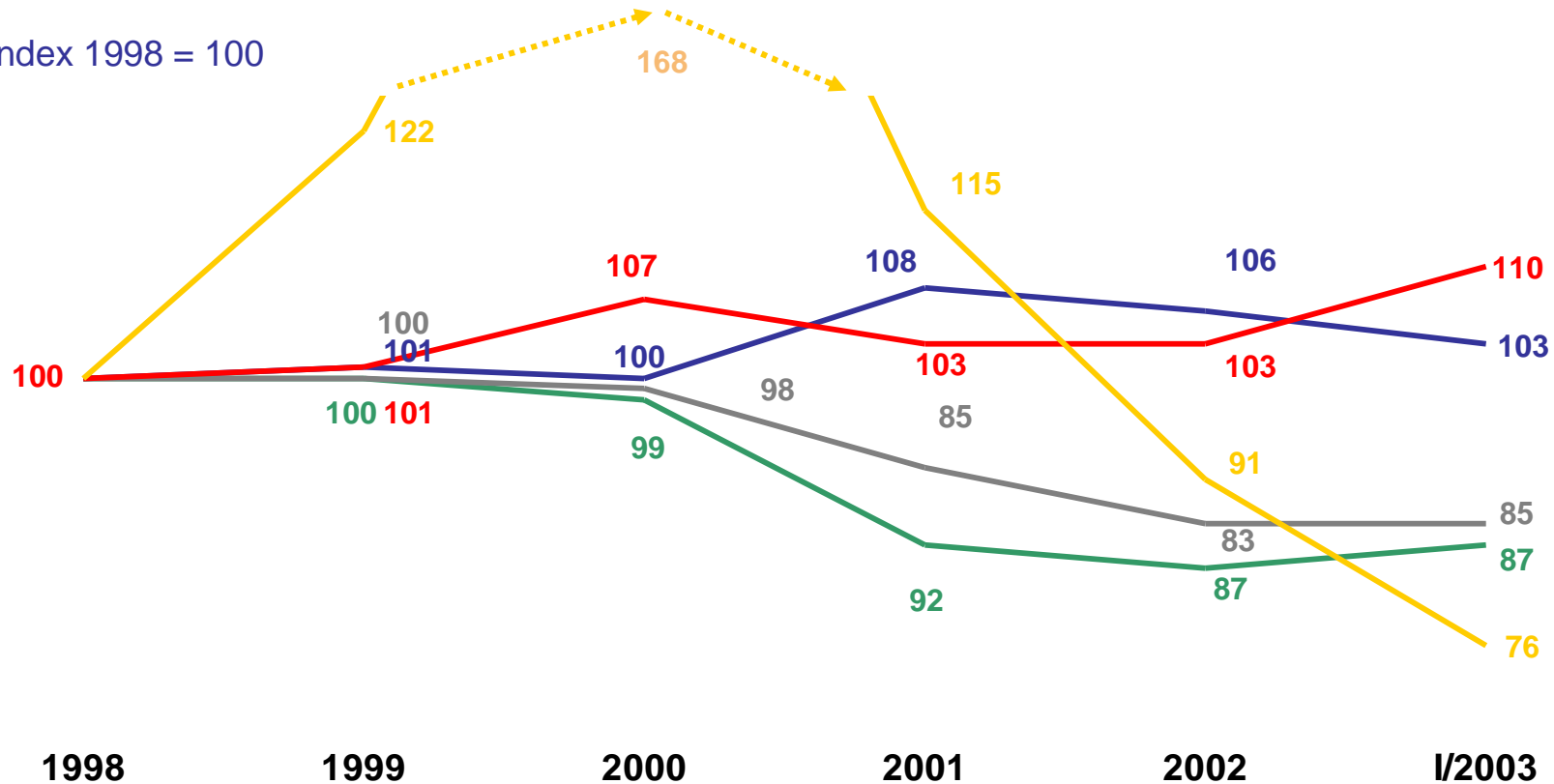
Konzept | Rubriken | Auflage | Reichweite
Leser | Sonderformate | Service |

manager
Wirtschaft aus erster Hand **magazin**

Verkaufte Auflage 1998 – I/2003

Durchschnittlich verkaufte Auflage pro Jahr

Index 1998 = 100



Quelle: IVW

— manager magazin — Capital — DM Euro — WirtschaftsWoche — Börse Online

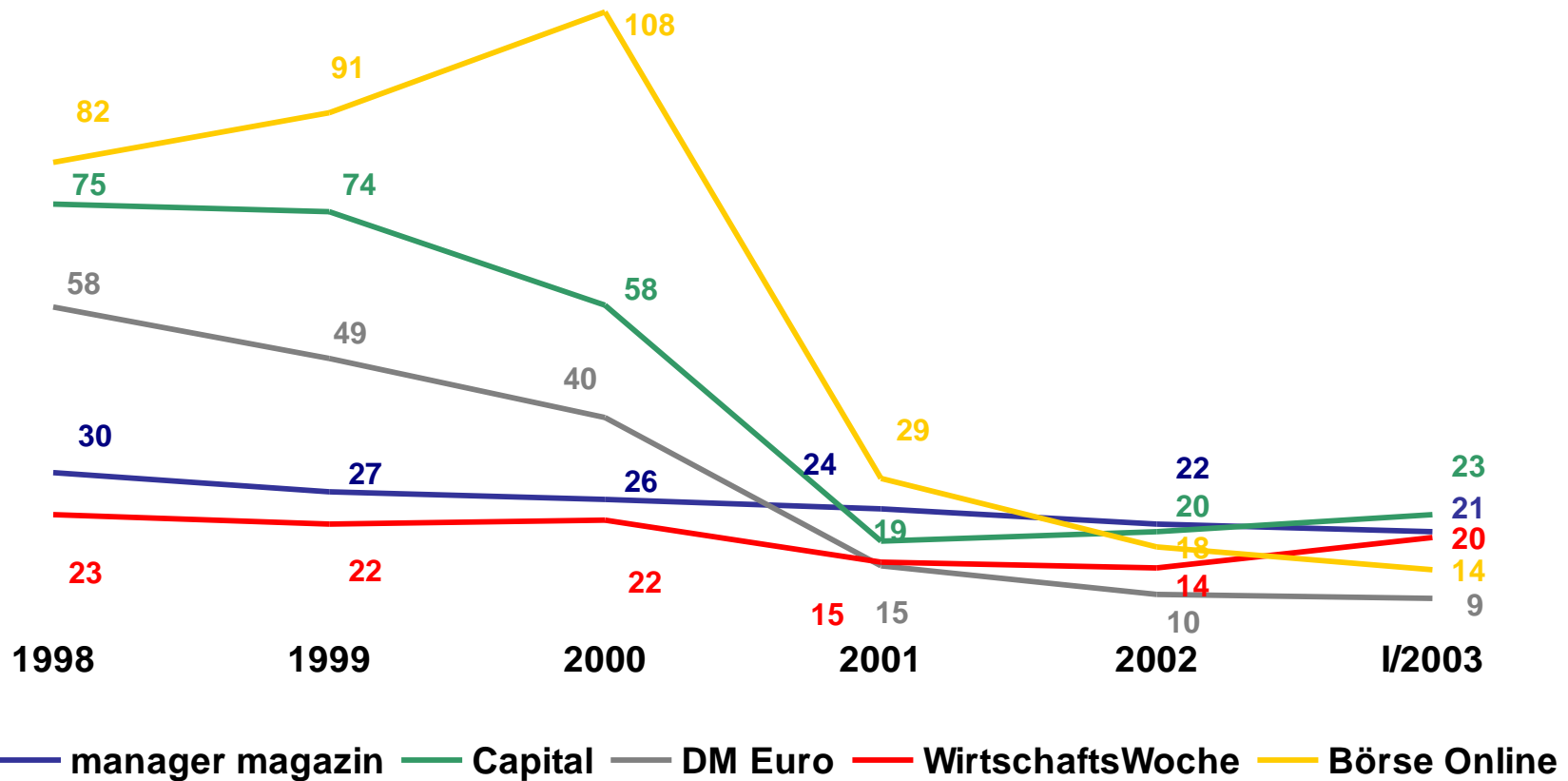
Konzept | Rubriken | Auflage | Reichweite

Leser | Sonderformate | Service

manager
Wirtschaft aus erster Hand **magazin**

EV-Inland 1998 – I/2003

Durchschnittlich verkaufte Auflage in Tausend pro Jahr

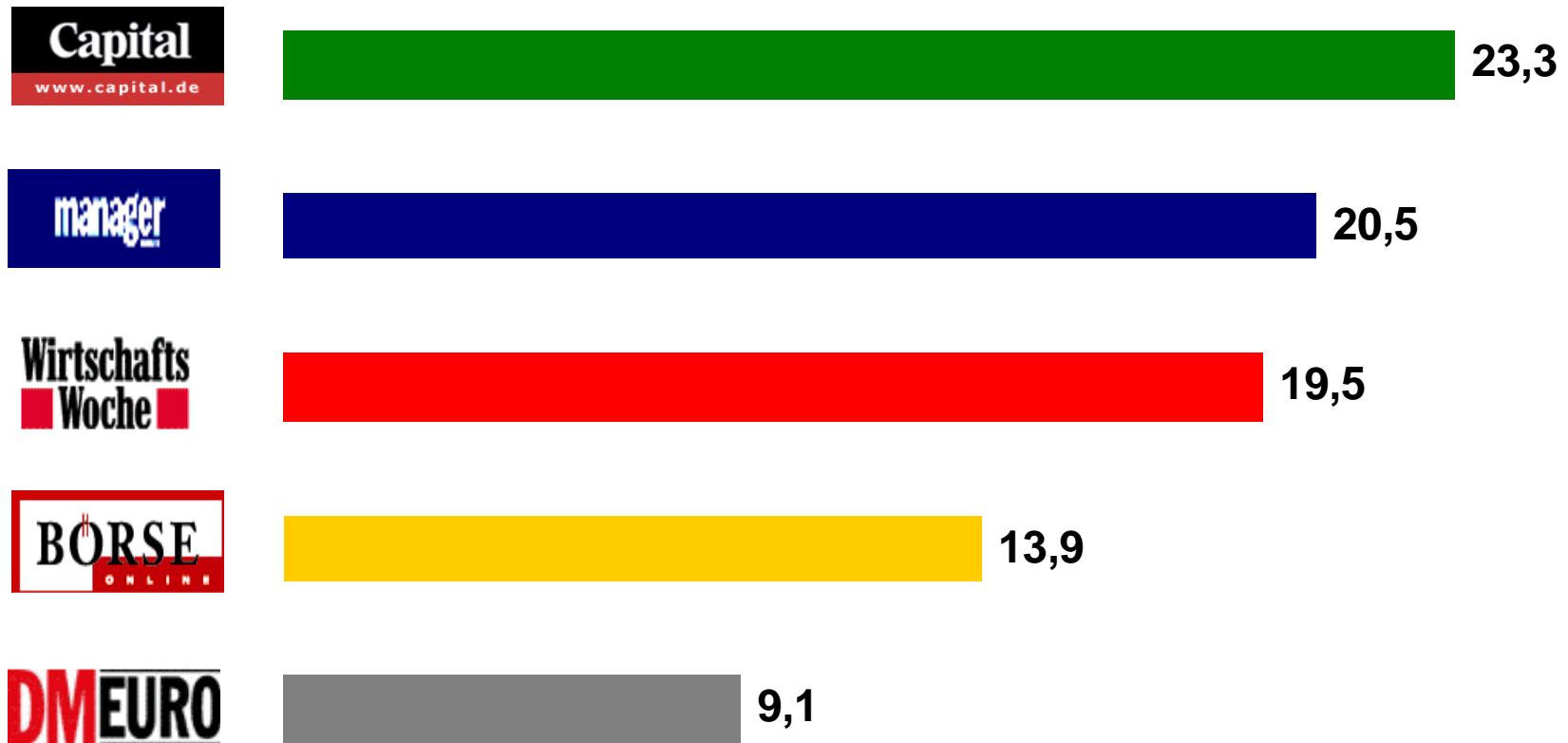


Konzept | Rubriken | Auflage | Reichweite
Leser | Sonderformate | Service |

manager
Wirtschaft aus erster Hand **magazin**

EV-Inland I/2003

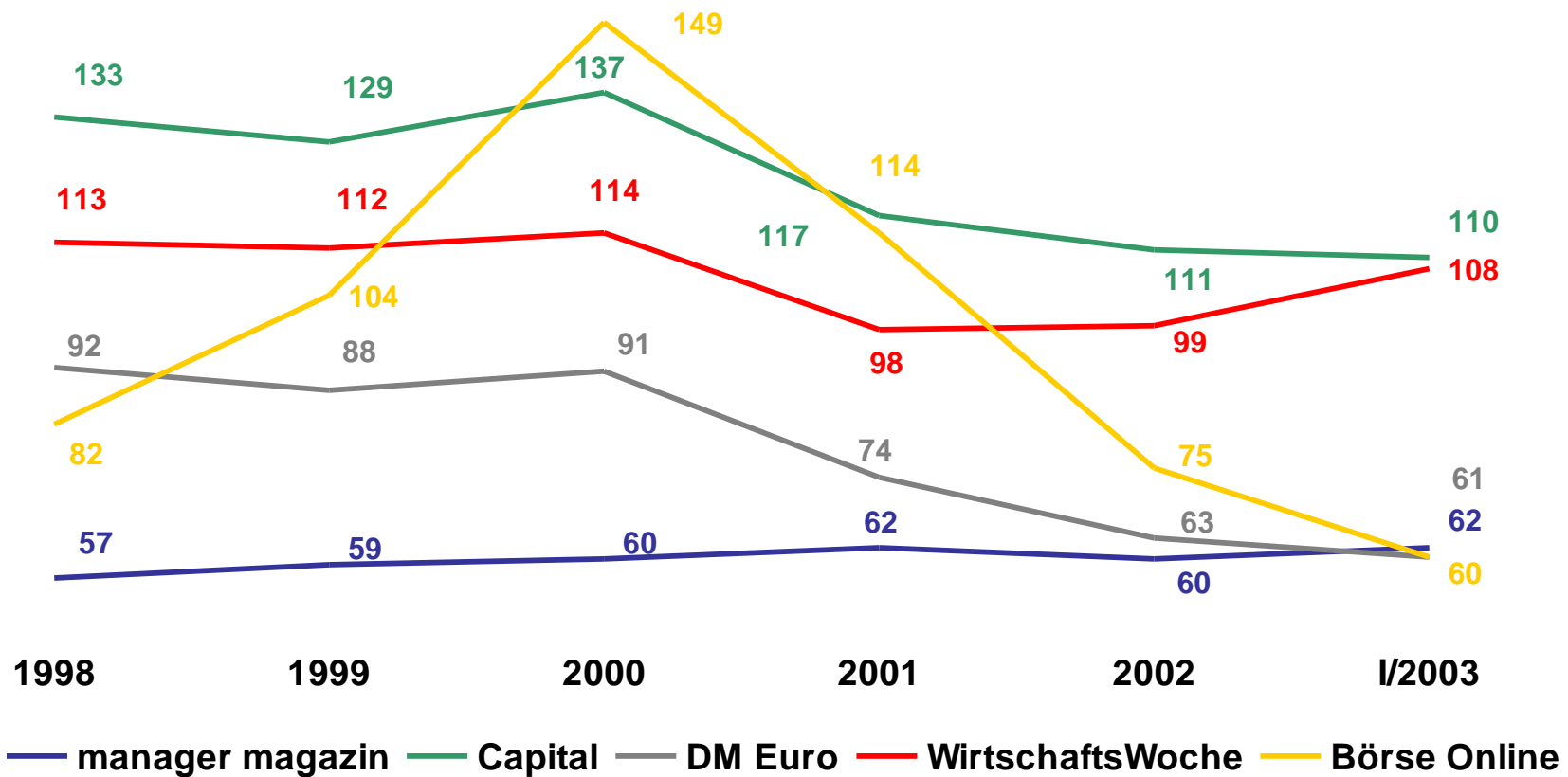
Durchschnittlich verkaufte Auflage in Tausend pro Jahr



Quelle: IVW

Abo 1998 – I/2003

Durchschnittlich verkaufte Auflage in Tausend pro Jahr



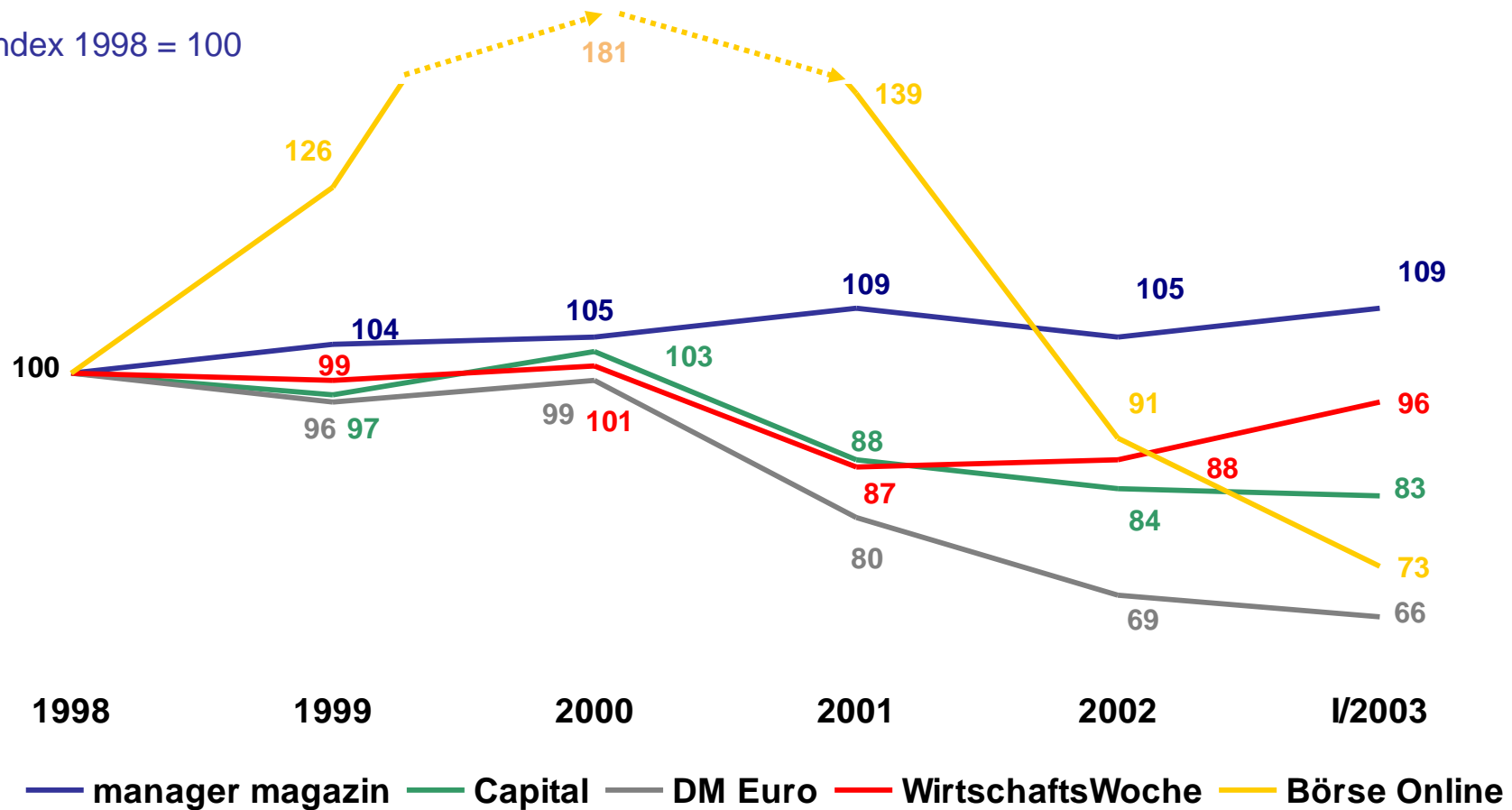
Konzept | Rubriken | Auflage | Reichweite
Leser | Sonderformate | Service

manager
Wirtschaft aus erster Hand **magazin**

Abo 1998 – I/2003

Durchschnittlich verkaufte Auflage pro Jahr

Index 1998 = 100



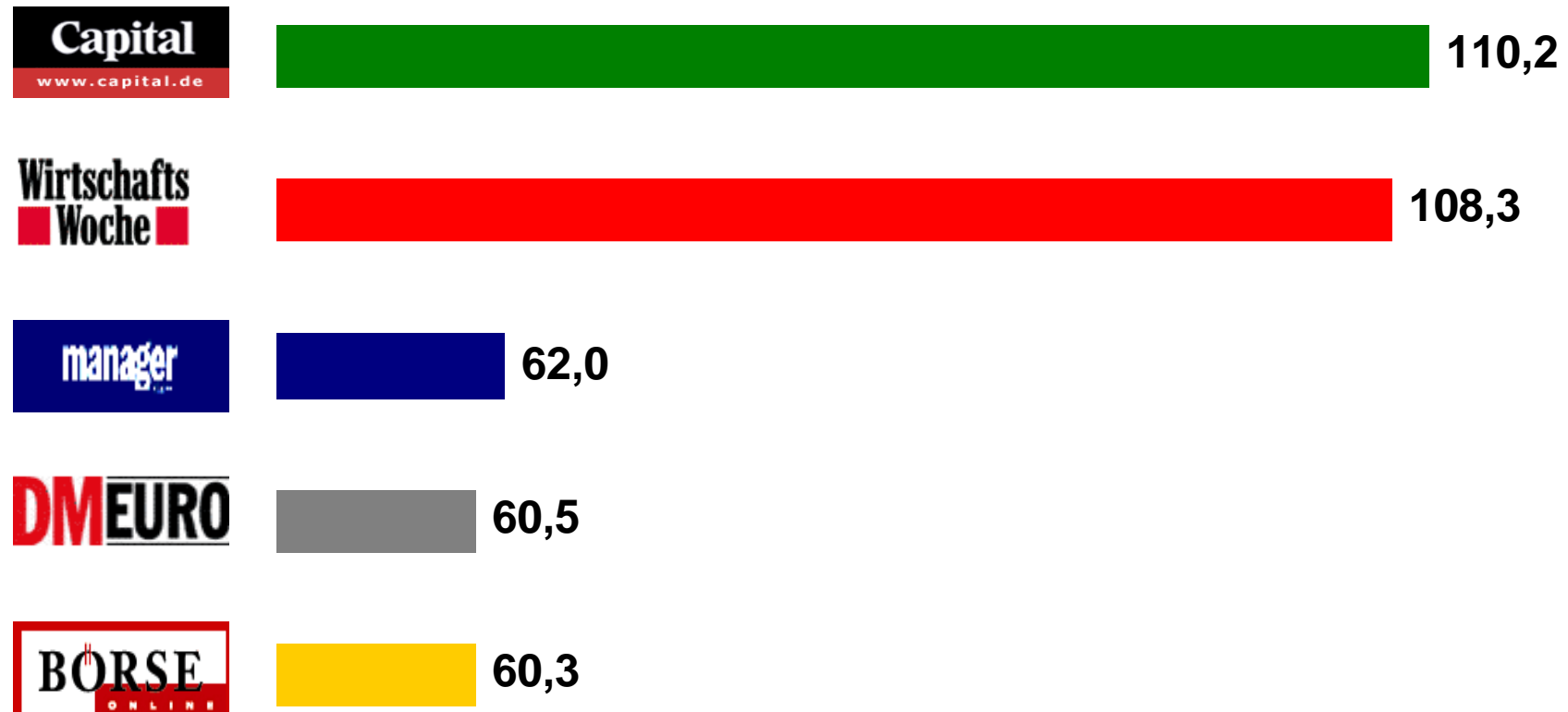
Quelle: IVW

Konzept | Rubriken | Auflage | Reichweite
Leser | Sonderformate | Service

manager
Wirtschaft aus erster Hand **magazin**

Abo I/2003

Durchschnittlich verkaufte Auflage in Tausend pro Jahr



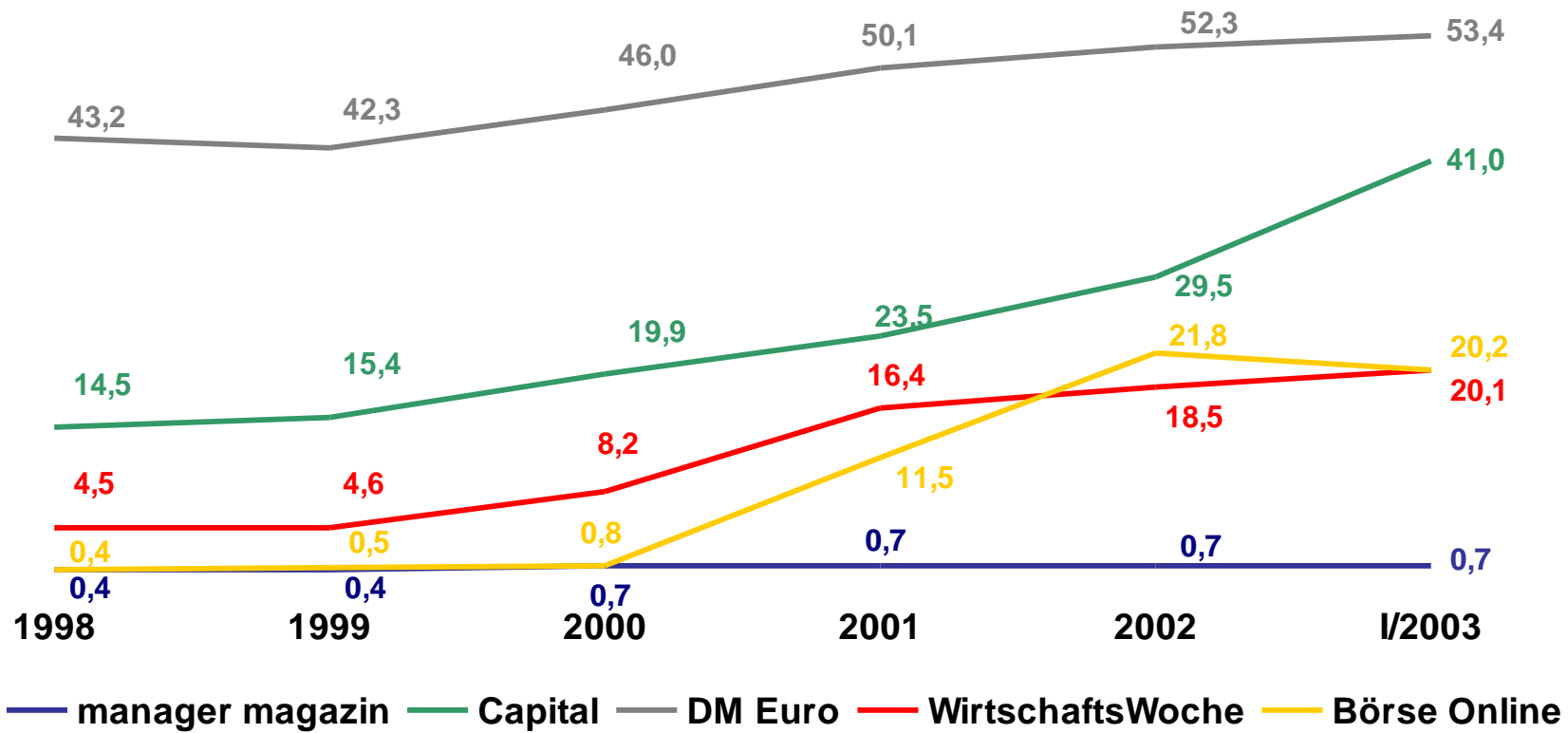
Quelle: IVW

Konzept | Rubriken | Auflage | Reichweite
Leser | Sonderformate | Service

manager
Wirtschaft aus erster Hand **magazin**

Lesezirkel 1998 – I/2003

Durchschnittlich verkaufte Auflage in Tausend pro Jahr

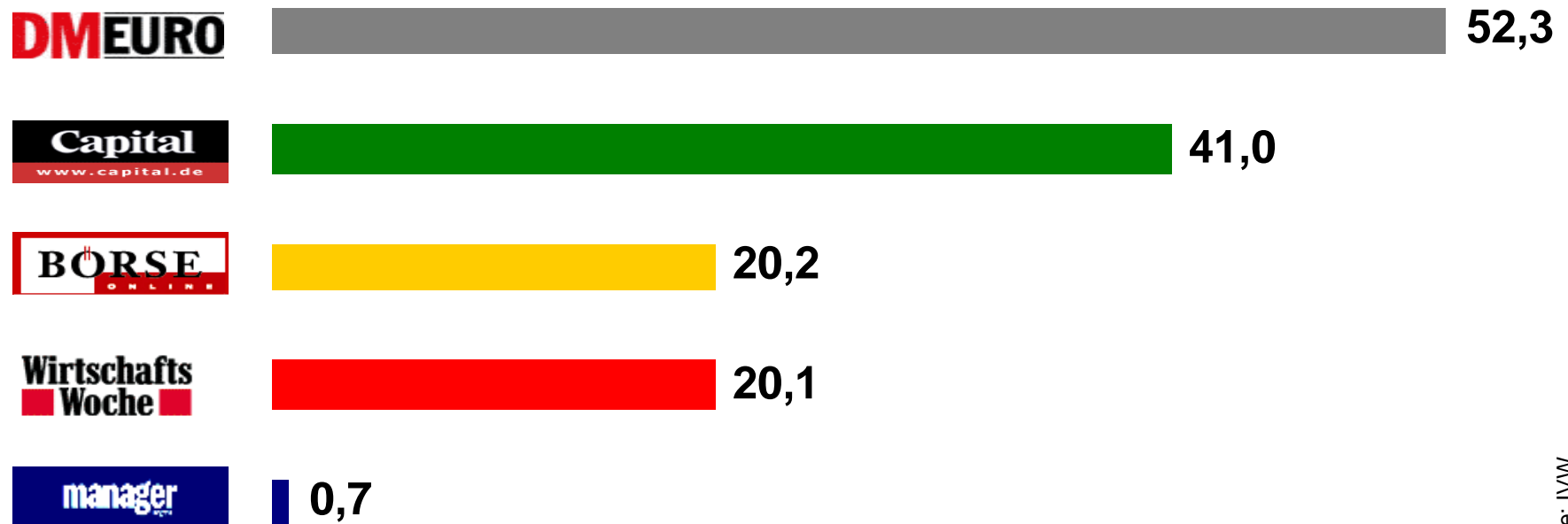


Konzept | Rubriken | Auflage | Reichweite
Leser | Sonderformate | Service

manager
Wirtschaft aus erster Hand **magazin**

Lesezirkel I/2003

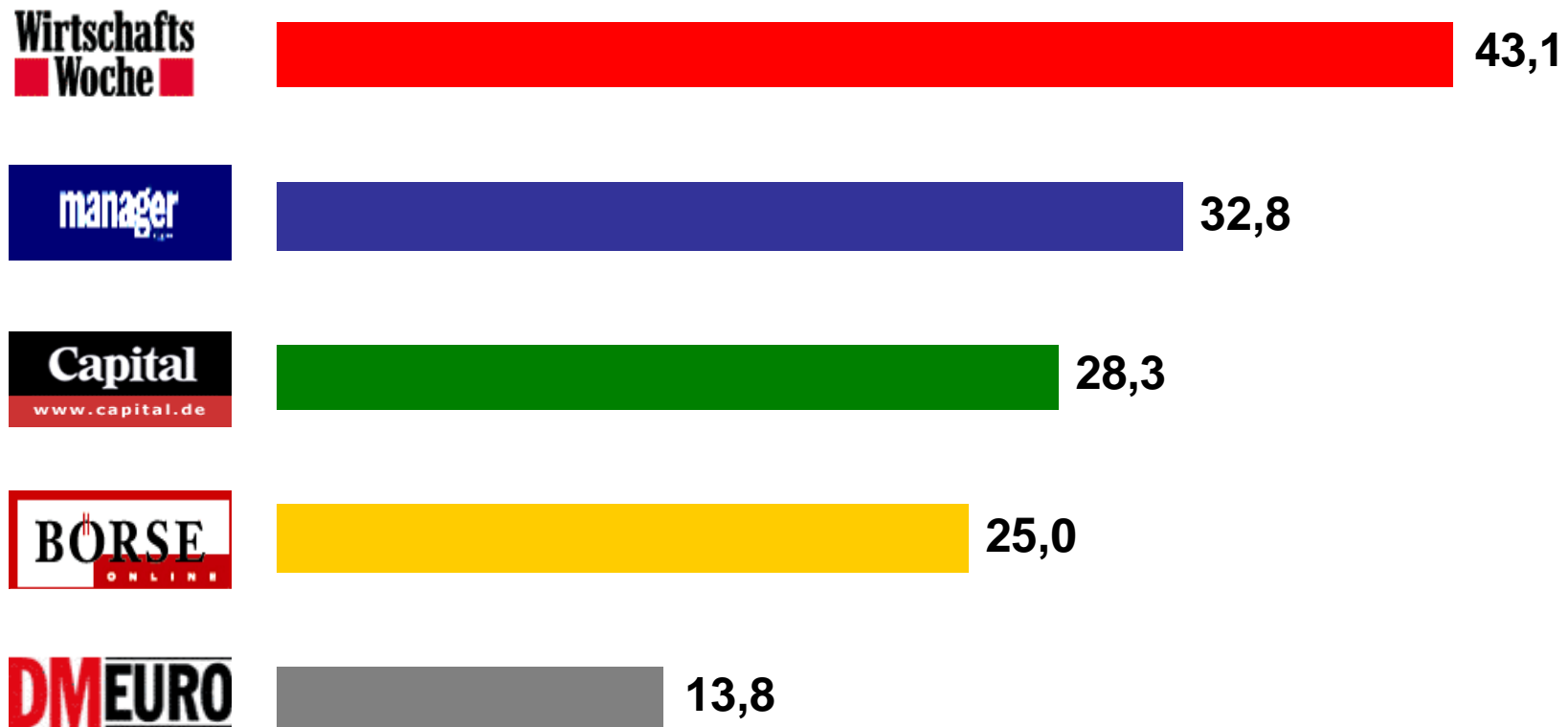
Durchschnittlich verkaufte Auflage in Tausend pro Jahr



Quelle: IVW

Bordexemplare I/2003

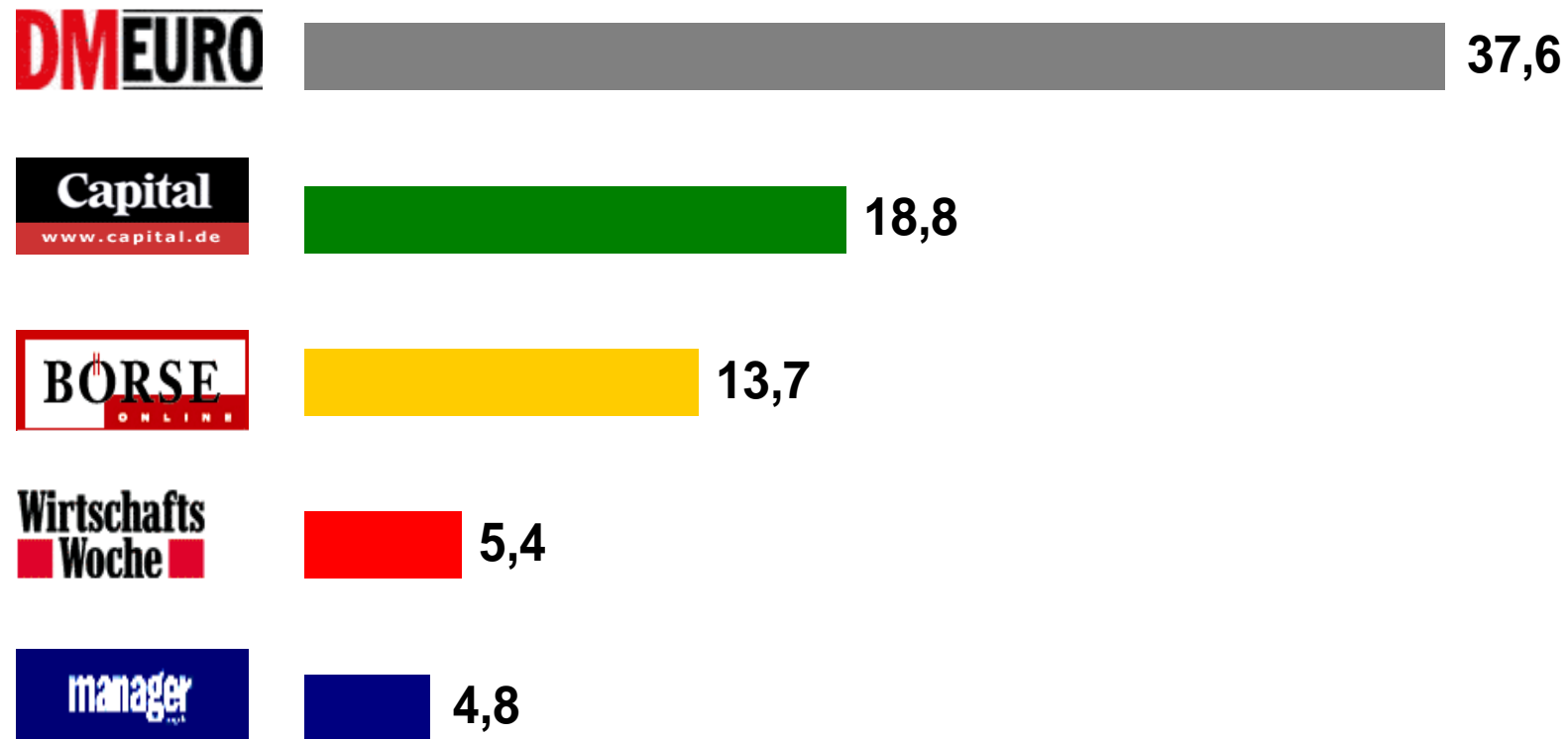
Durchschnittlich verkaufte Auflage in Tausend pro Jahr



Quelle: IVW

Sonstiger Verkauf I/2003

Durchschnittlich verkaufte Auflage in Tausend pro Jahr



Quelle: IVW

Inhalt

Redaktionelles Konzept

Rubriken

Auflage

Reichweite

Leser

Sonderformate

Service



Konzept | Rubriken | Auflage | Reichweite

Leser | Sonderformate | Service |

manager
Wirtschaft aus erster Hand **magazin**

Reichweite

Entwicklung der Reichweite im Konkurrenzvergleich

	LAE 2003 Leser in Tsd.	LAE 2001 Leser in Tsd.	Veränderung in Tsd.
manager magazin	233	191	+ 42
Capital	274	259	+ 15
Impulse	114	118	- 4
Börse online	79	97	- 18
WirtschaftsWoche	191	218	- 27
DMEuro	134	169	- 35

Das manager magazin verzeichnet in der LAE 2003 eine Reichweite in Höhe von 10,4 Prozent (233.000 Leser) und erreicht damit einen absoluten Zuwachs von 42.000 Lesern (+22 Prozent).

Quelle: LAE

Inhalt

Redaktionelles Konzept

Rubriken

Auflage

Reichweite

Leser

Sonderformate

Service



Konzept | Rubriken | Auflage | Reichweite

Leser | Sonderformate | Service

manager
Wirtschaft aus erster Hand **magazin**

Leser

Führungskräfte in Wirtschaft und Verwaltung

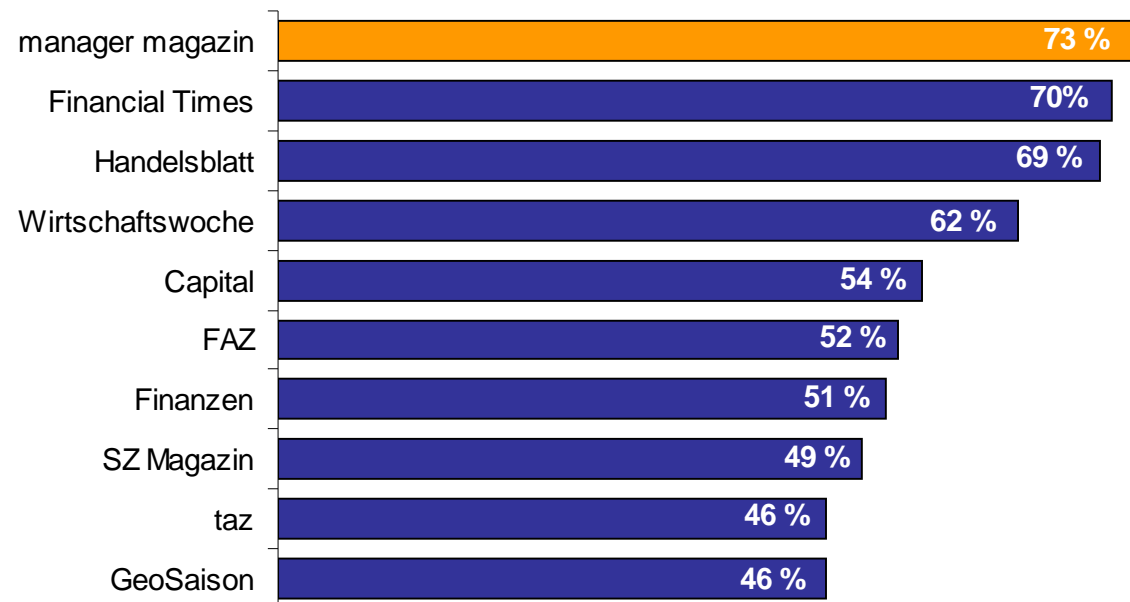
Anteile der Leserschaft

Zielgruppe:

Selbständige, Freiberufler,
leitende/qualifizierte Angestellte
und Beamte im gehobenen
und höheren Dienst

Potenzial: 12,29 Mio.

Top 10 aller erhobenen MA-Titel



Quelle: MA 2003 II

Konzept | Rubriken | Auflage | Reichweite

Leser | Sonderformate | Service

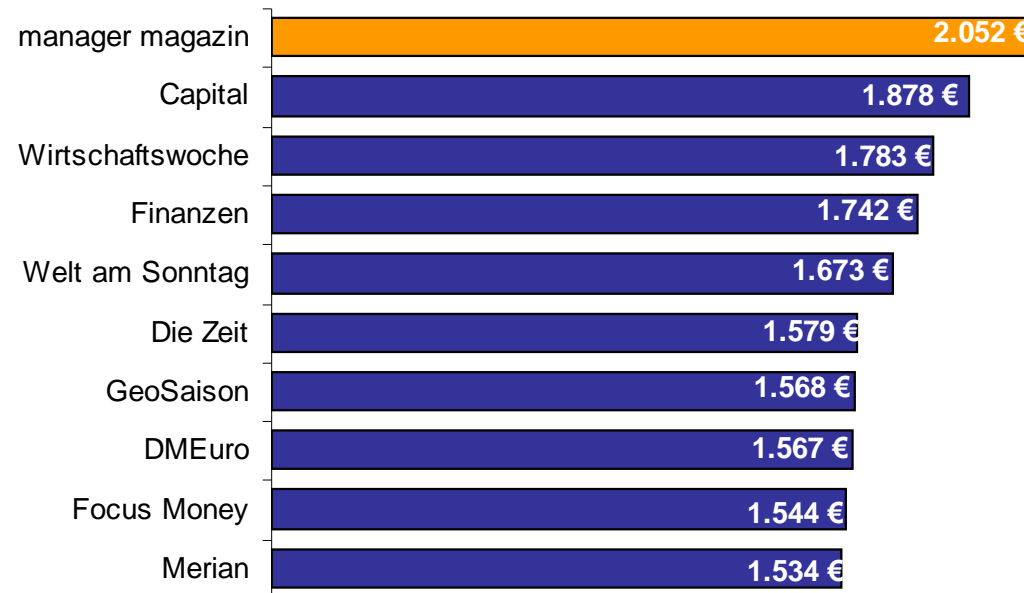
manager
Wirtschaft aus erster Hand **magazin**

Leser

Durchschnittliches persönliches Netto-Einkommen

Ø persönliches
Nettoeinkommen
in Deutschland:
€ 1.013

Top 10 aller erhobenen MA-Titel



Quelle: MA 2003 II

Konzept | Rubriken | Auflage | Reichweite

Leser | Sonderformate | Service

manager
Wirtschaft aus erster Hand **magazin**

Leser

Führungskräfte haben unser Heft in der Hand

Die Leser des manager magazins sind sehr gut gebildet, einkommensstark und gehören zu den Top-Entscheidern in Deutschland.

Unter allen in der MA 2003 II abgebildeten Zeitschriften hat das manager magazin:

- **Höchsten Anteil an Führungskräften**

73% Selbständige, Freiberufler, leitende/qualifizierte Angestellte und Beamte im gehobenen und höheren Dienst

- **Leser mit dem höchsten Ø persönlichen Nettoeinkommen in Höhe von € 2.052**

Beruflich treffen sie Investitionen in Millionenhöhe und privat zählen sie auf Grund ihrer finanziellen Spitzensituation zu den Top-Konsumenten mit exklusiven Ansprüchen.

Konzept | Rubriken | Auflage | Reichweite

Leser | Sonderformate | Service |

manager
Wirtschaft aus erster Hand **magazin**

Leserprofil

Leserschaftsstrukturen im Vergleich: Berufe

Anteile in Prozent

	Bevölkerung ab 14 Jahre	manager magazin	Capital	DMEuro	Wirtschafts- Woche
Leitende Angestellte, Beamte	2,6	23,5	13,9	5,2	15,8
Selbständige, Freie Berufe	5,1	23,8	17,0	15,3	19,1
Leitende, qualifizierte Angestellte	12,7	46,2	33,0	24,4	40,7
Einfache, mittlere Angestellte	14,9	4,8	7,8	10,4	8,9
Beamte	2,4	4,7	5,9	5,4	3,4
Facharbeiter	10,9	7,0	9,2	15,6	6,4

Quelle: MA 2003 II

Konzept | Rubriken | Auflage | Reichweite

Leser | Sonderformate | Service |

manager
Wirtschaft aus erster Hand **magazin**

Inhalt

Redaktionelles Konzept

Rubriken

Auflage

Reichweite

Leser

Sonderformate

Service



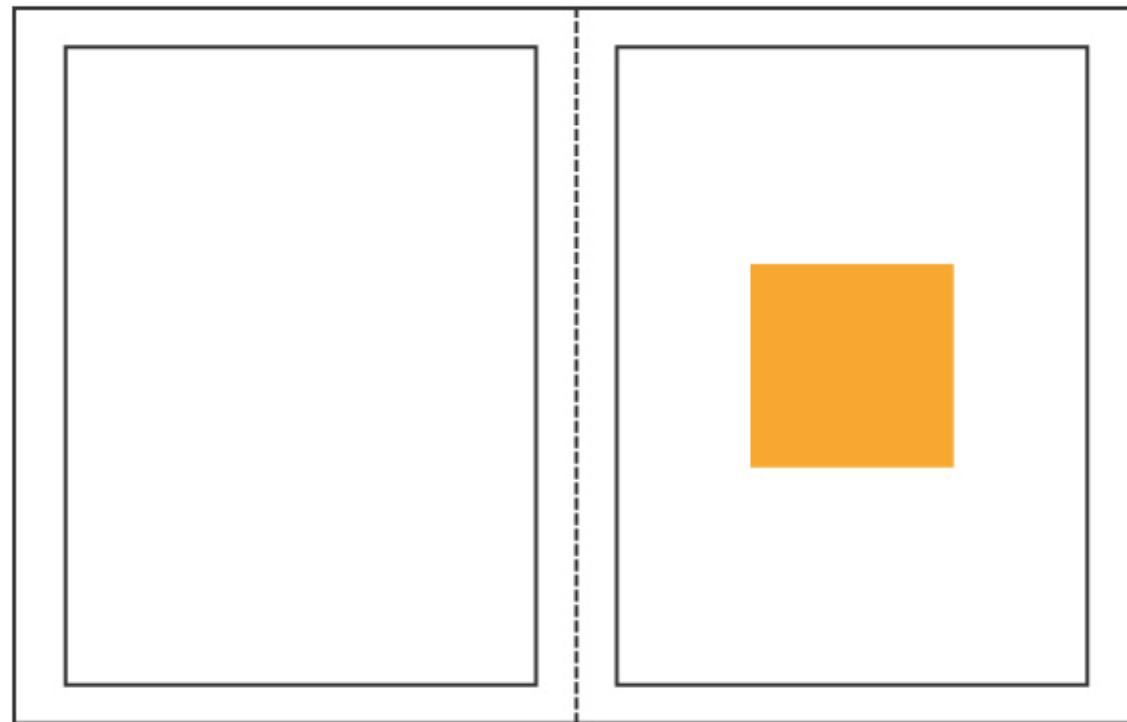
Konzept | Rubriken | Auflage | Reichweite

Leser | Sonderformate | Service |

manager
Wirtschaft aus erster Hand **magazin**

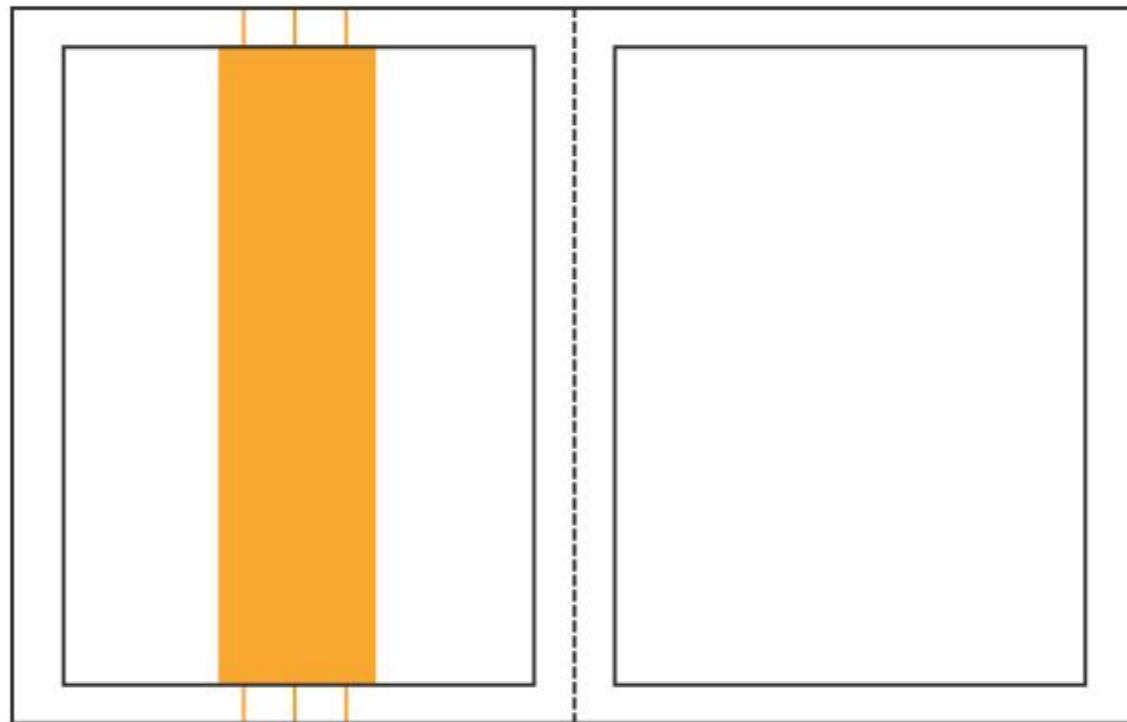
Sonderformate

1/6 Seite Inselanzeige



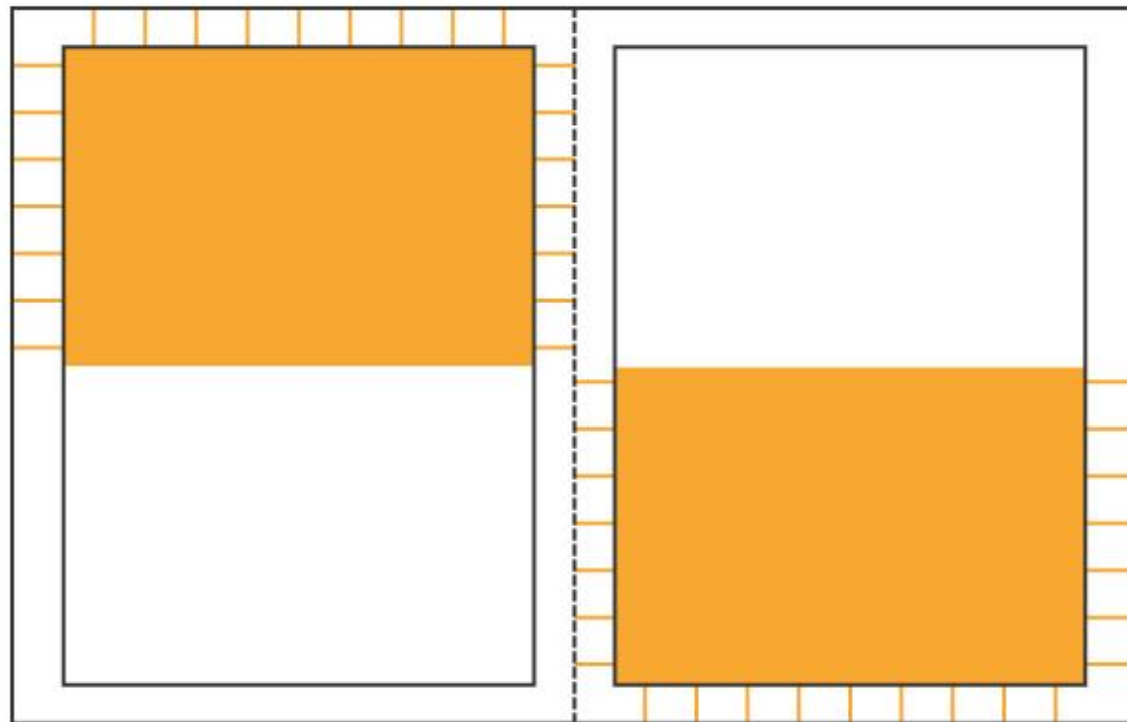
Sonderformate

1/3 Seite in der Mitte



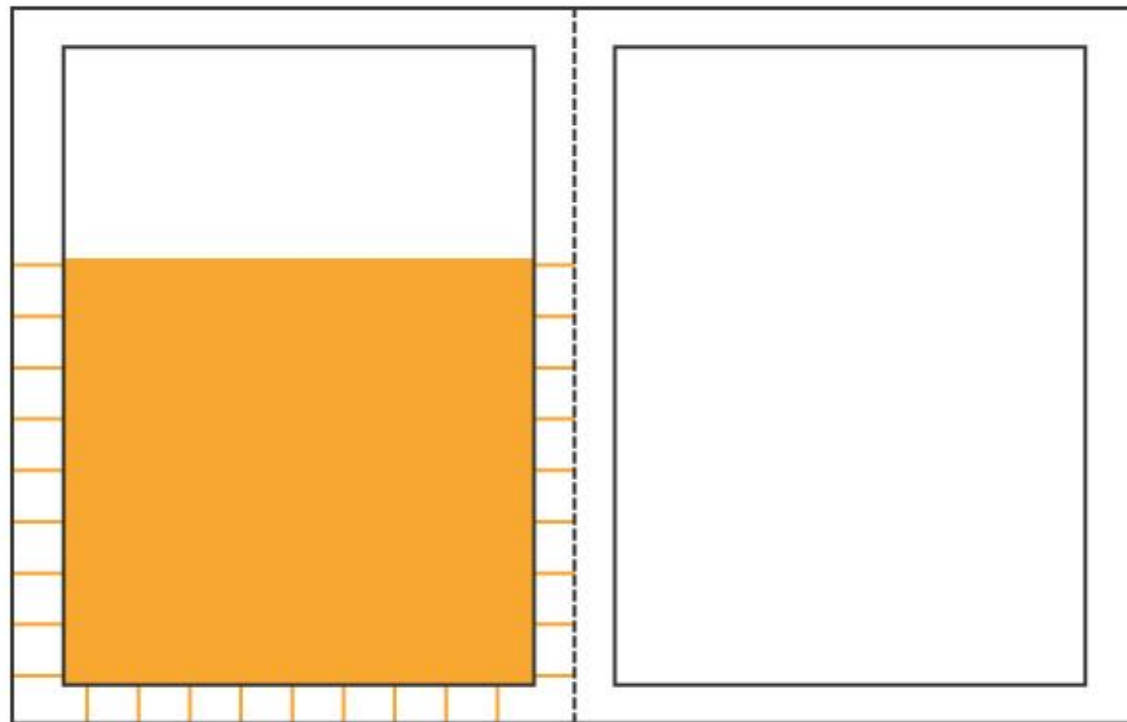
Sonderformate

2 x 1/2 Seite



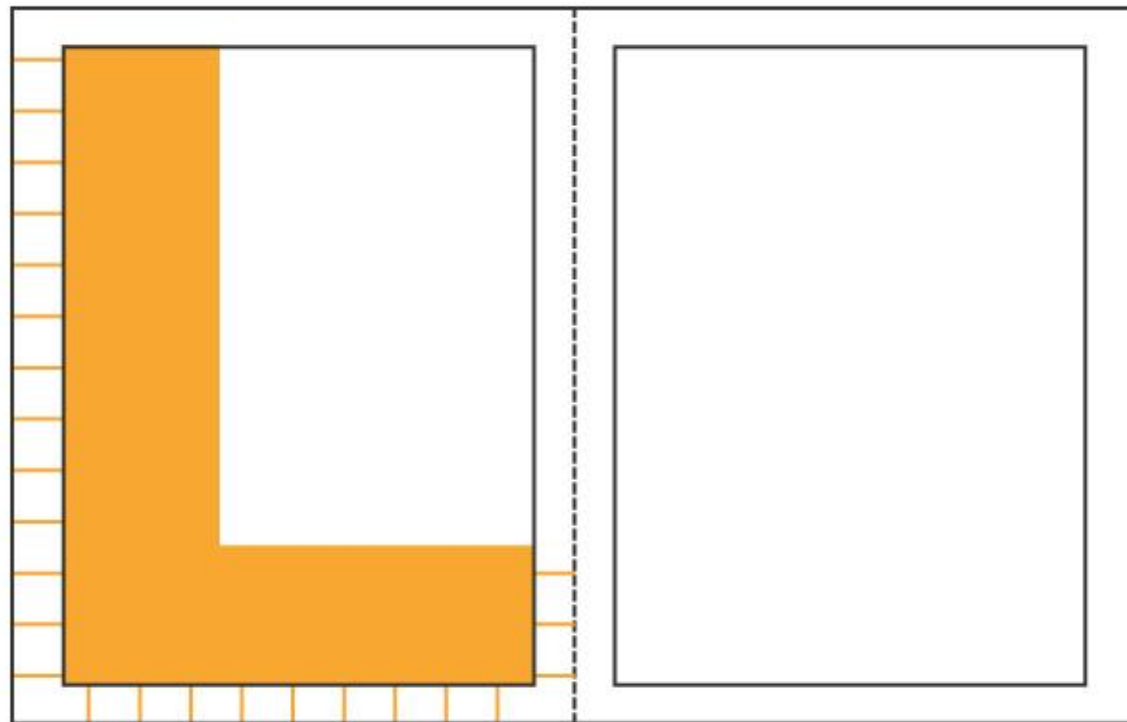
Sonderformate

2/3 Seite Querformat



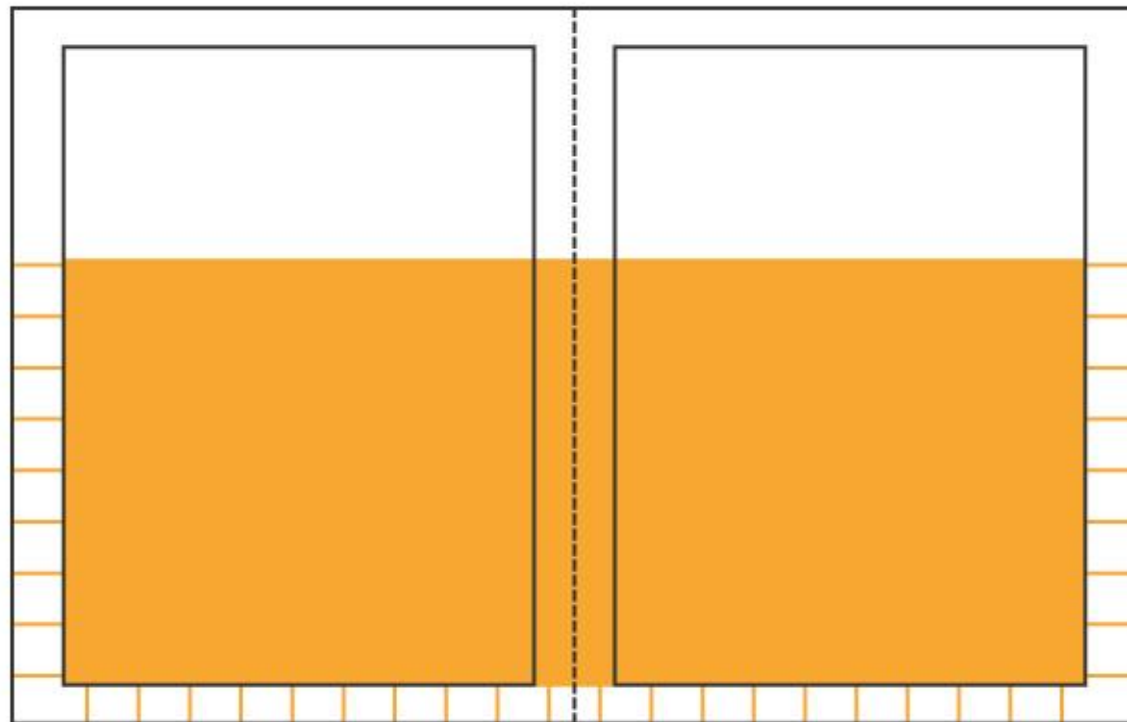
Sonderformate

6/12 Seite L- Format



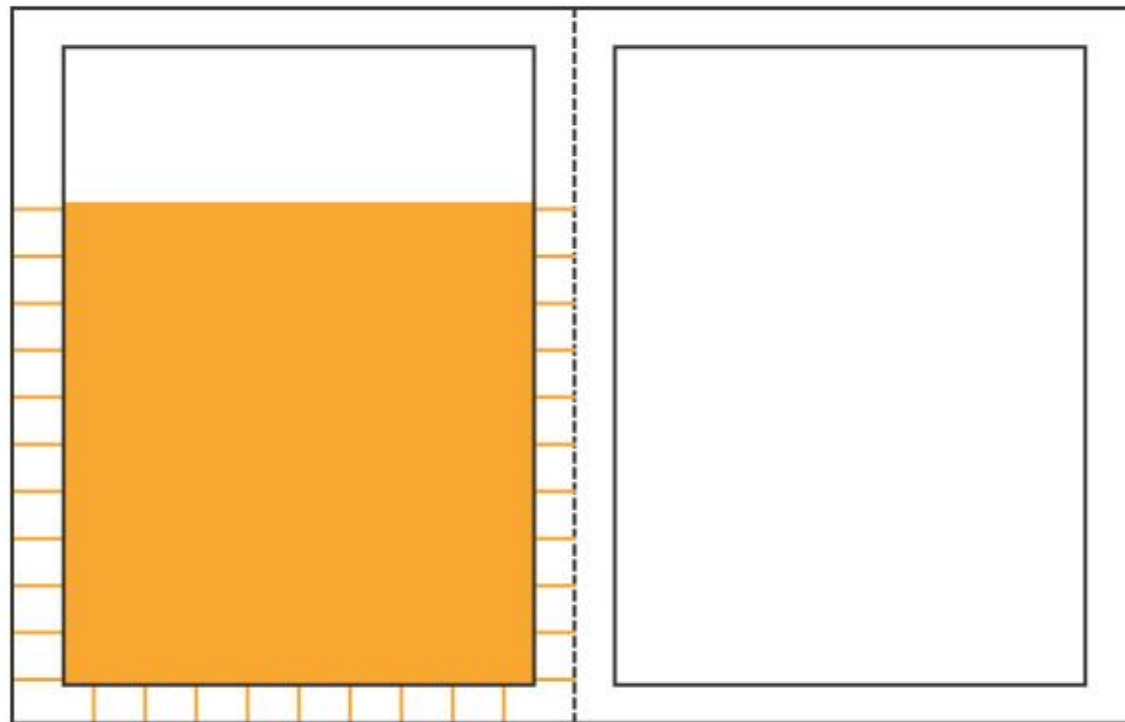
Sonderformate

2 x 2/3 Seite



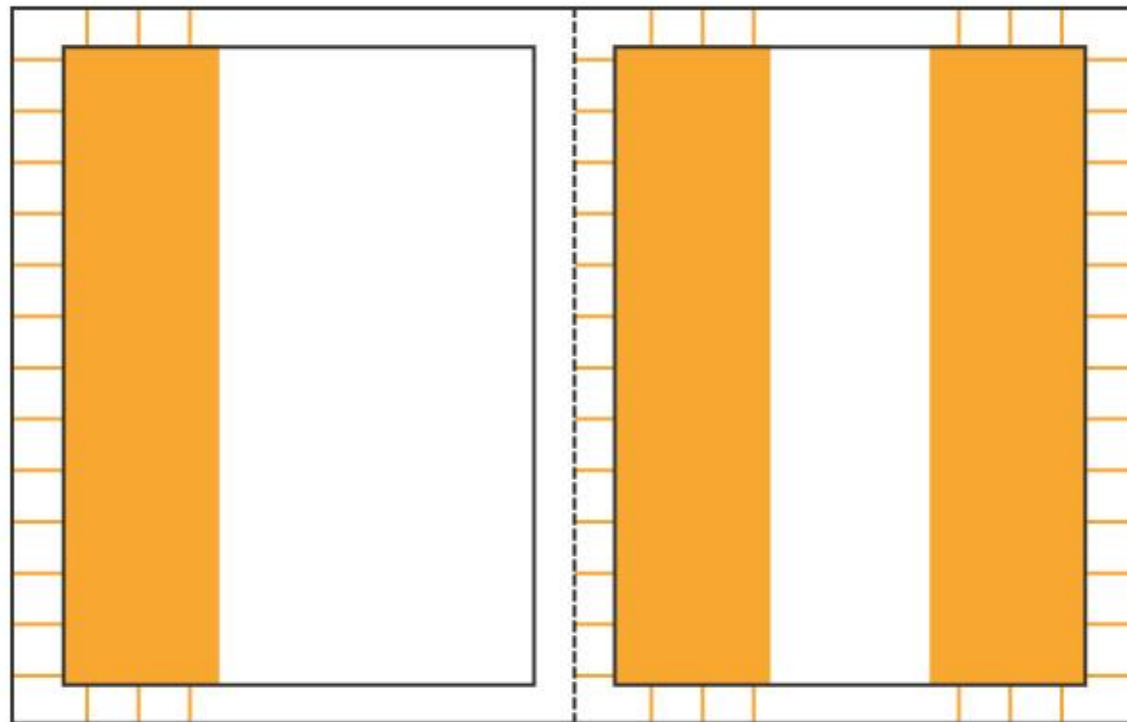
Sonderformate

3/4 Seite Querformat



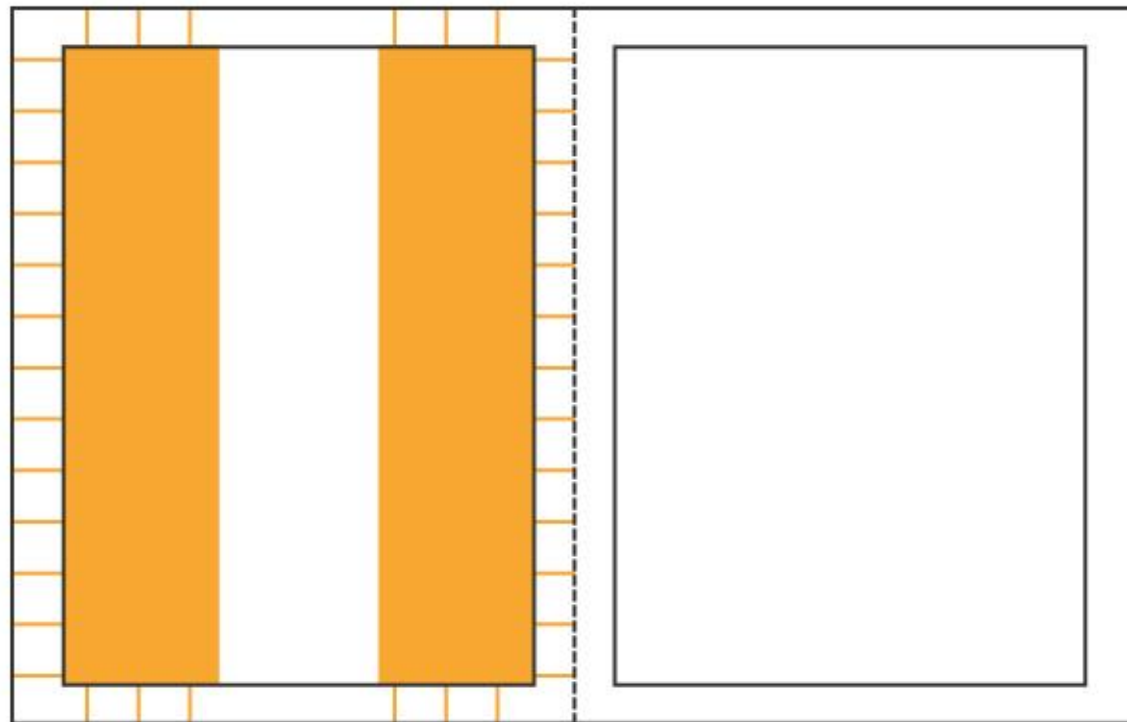
Sonderformate

3 x 1/3 Seite



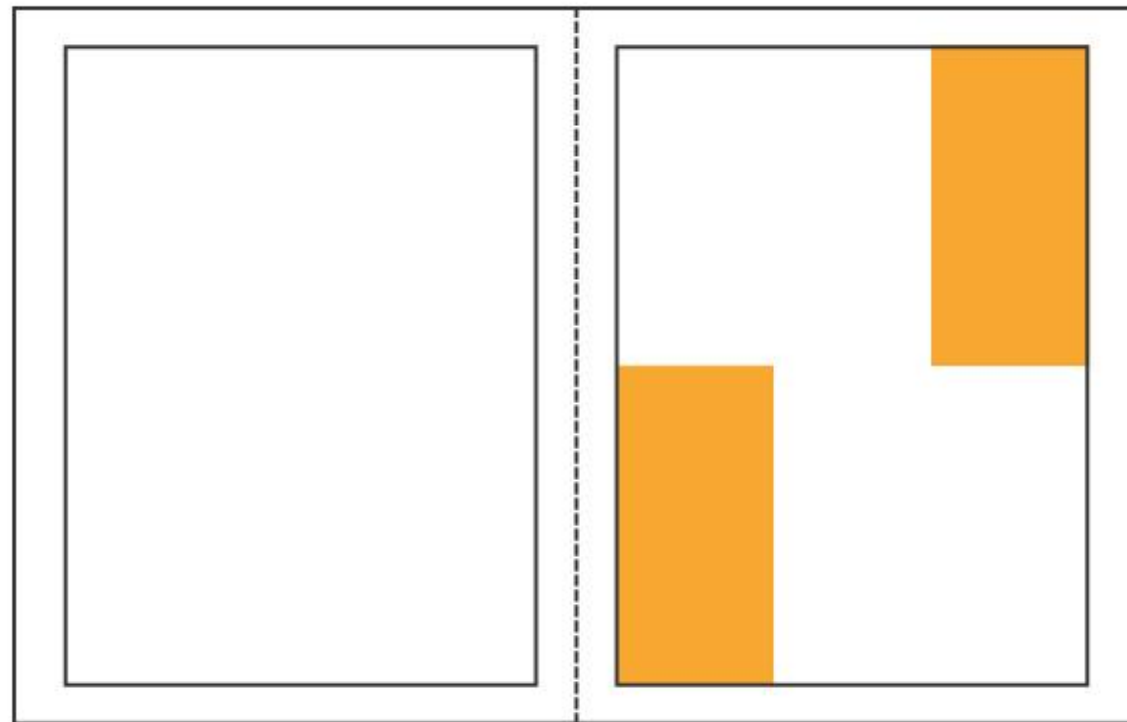
Sonderformate

2 x 1/3 Seite einspaltig



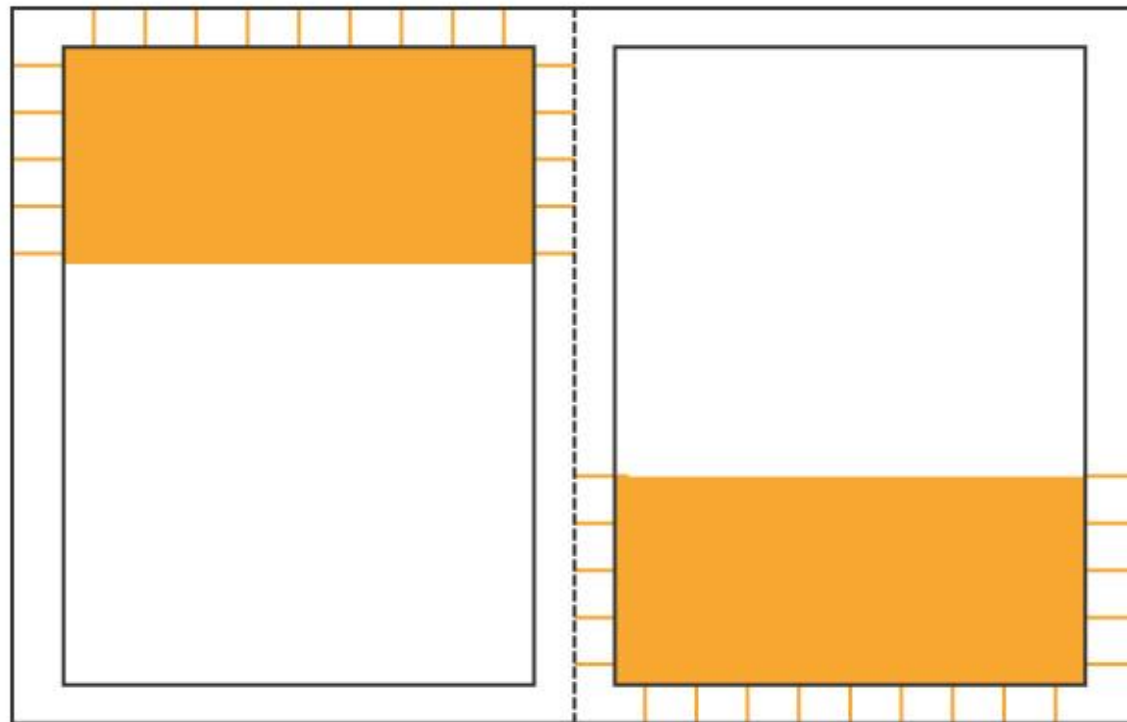
Sonderformate

2 x 1/6 Seite einspaltig



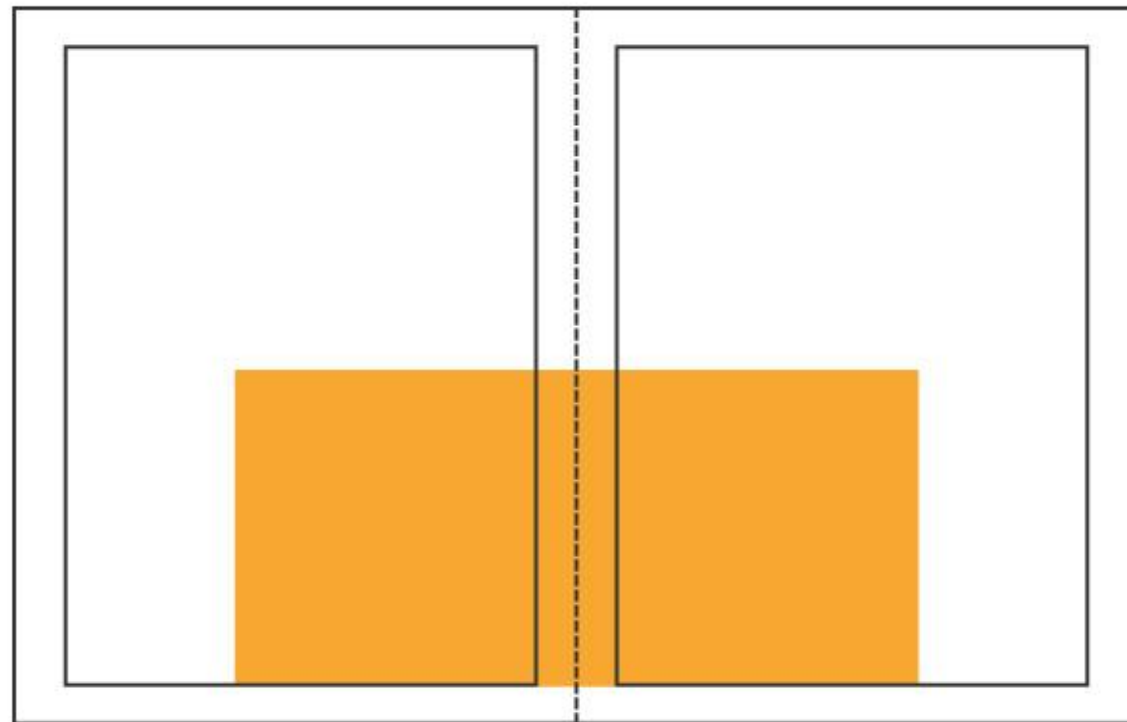
Sonderformate

2 x 1/3 Seite, quer



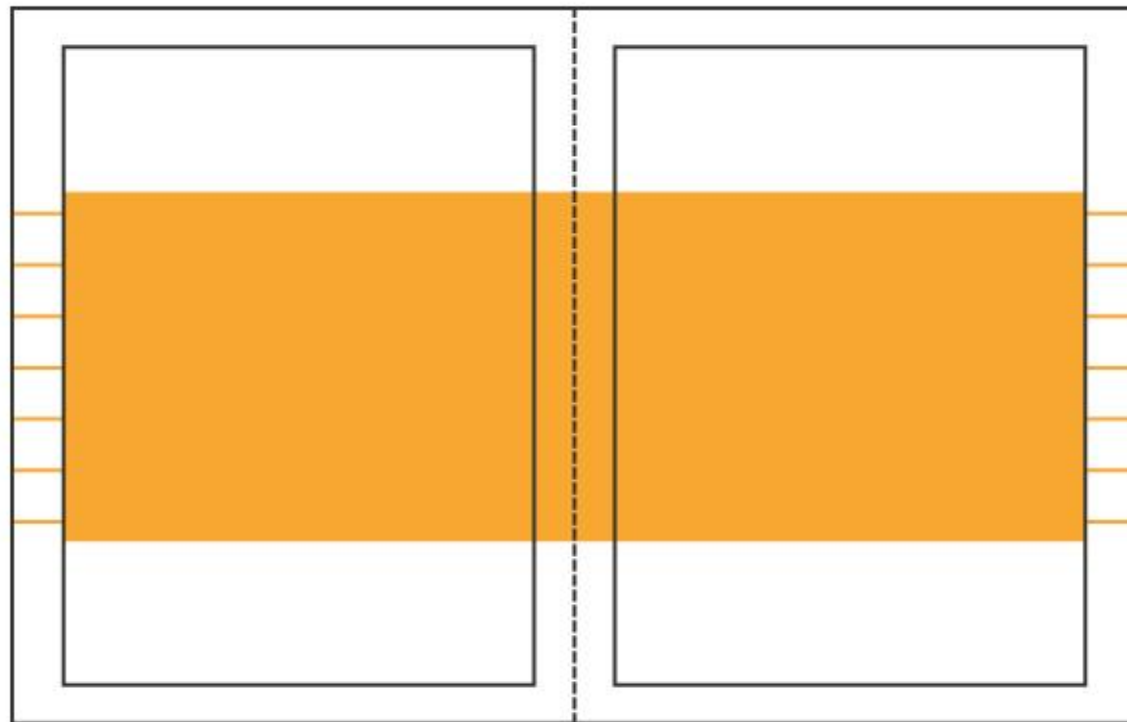
Sonderformate

2 x 1/3 Seite, auf Mitte gestellt
(Tunnelanzeige)



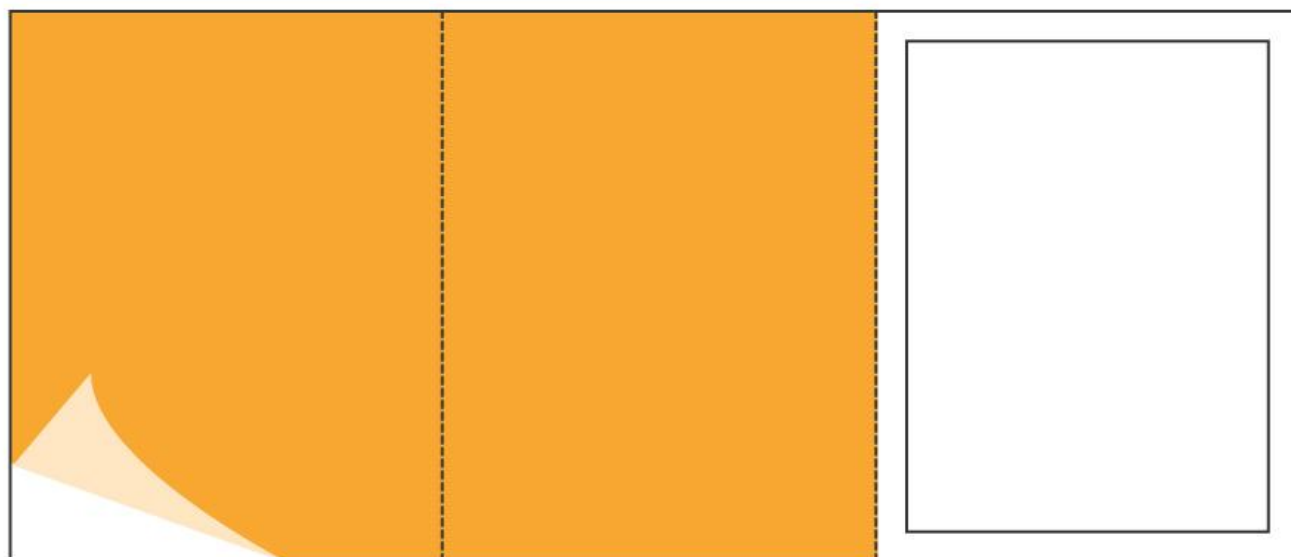
Sonderformate

2 x 1/2 Seite, auf Mitte gestellt



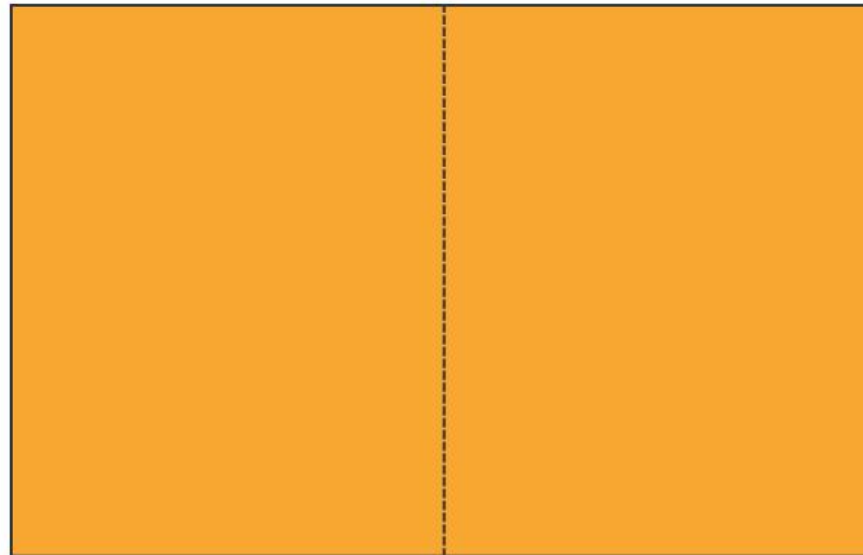
Sonderformate

Titelgatefold (3 Seiten)



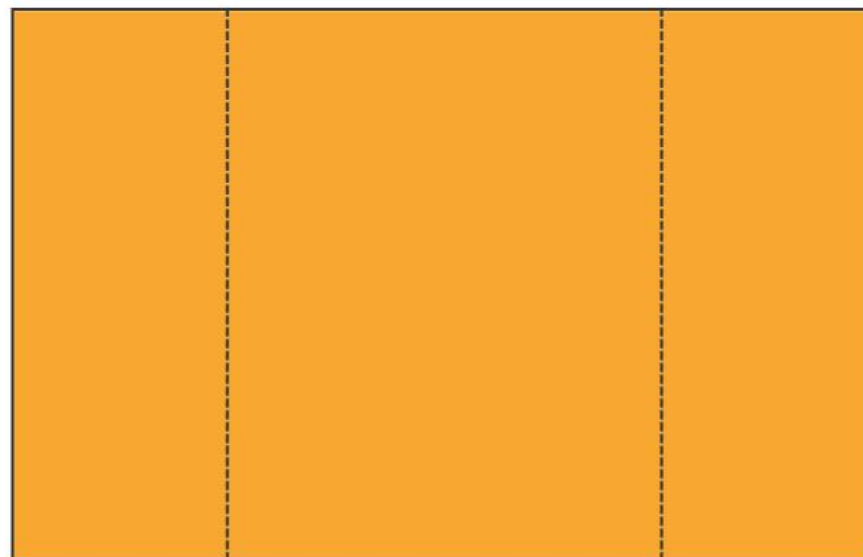
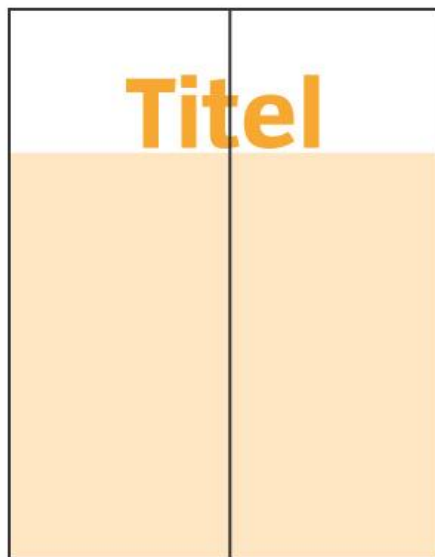
Sonderformate

2. Umschlagseite und Seite 3



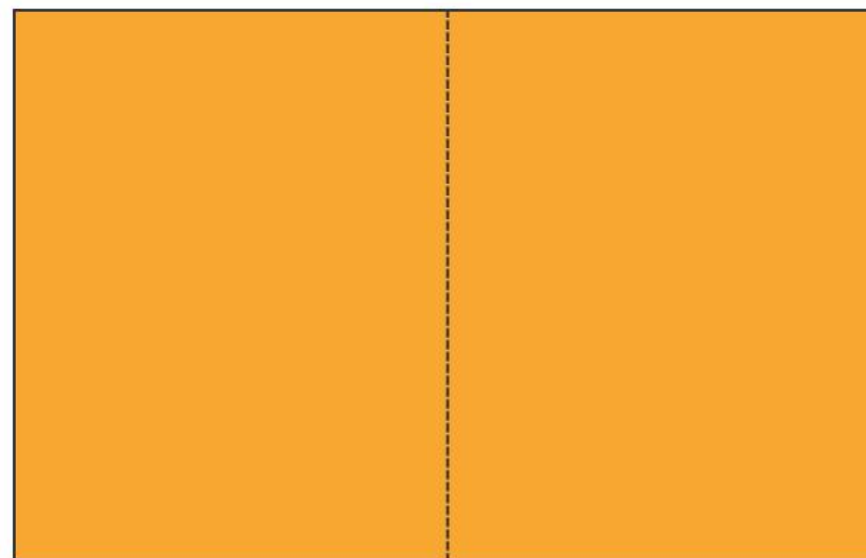
Sonderformate

Titelaltarfalz



Sonderformate

Titelklapper



Inhalt

Redaktionelles Konzept

Rubriken

Auflage

Reichweite

Leser

Sonderformate

Service



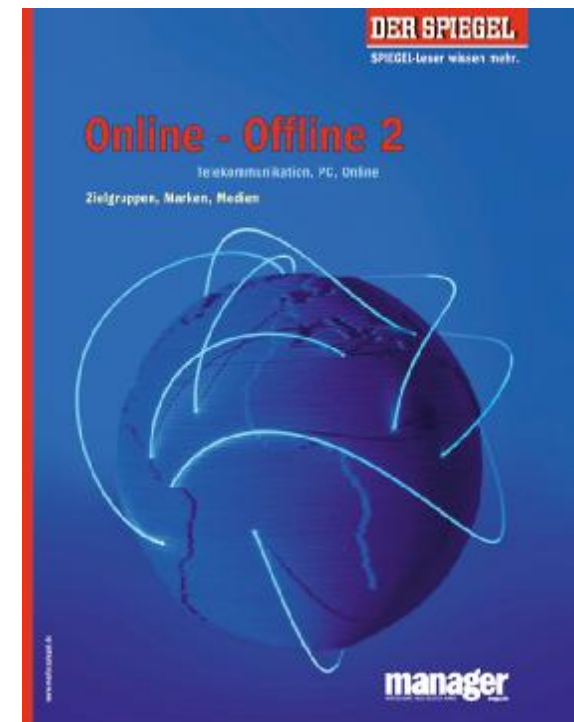
Konzept | Rubriken | Auflage | Reichweite

Leser | Sonderformate | Service

manager
Wirtschaft aus erster Hand **magazin**

Service

manager magazin Studien



Konzept | Rubriken | Auflage | Reichweite
Leser | Sonderformate | Service

manager
Wirtschaft aus erster Hand **magazin**

Service

manager magazin Broschüren



manager magazin.
Erfolg aus erster Hand.

manager
Wirtschaft aus erster Hand magazin

Outfit 5
Markt · Marken · Medien
Duftwässer

Outfit 5
Markt · Marken · Medien
Armbanduhren

Konzept | Rubriken | Auflage | Reichweite
Leser | Sonderformate | Service

manager
Wirtschaft aus erster Hand magazin