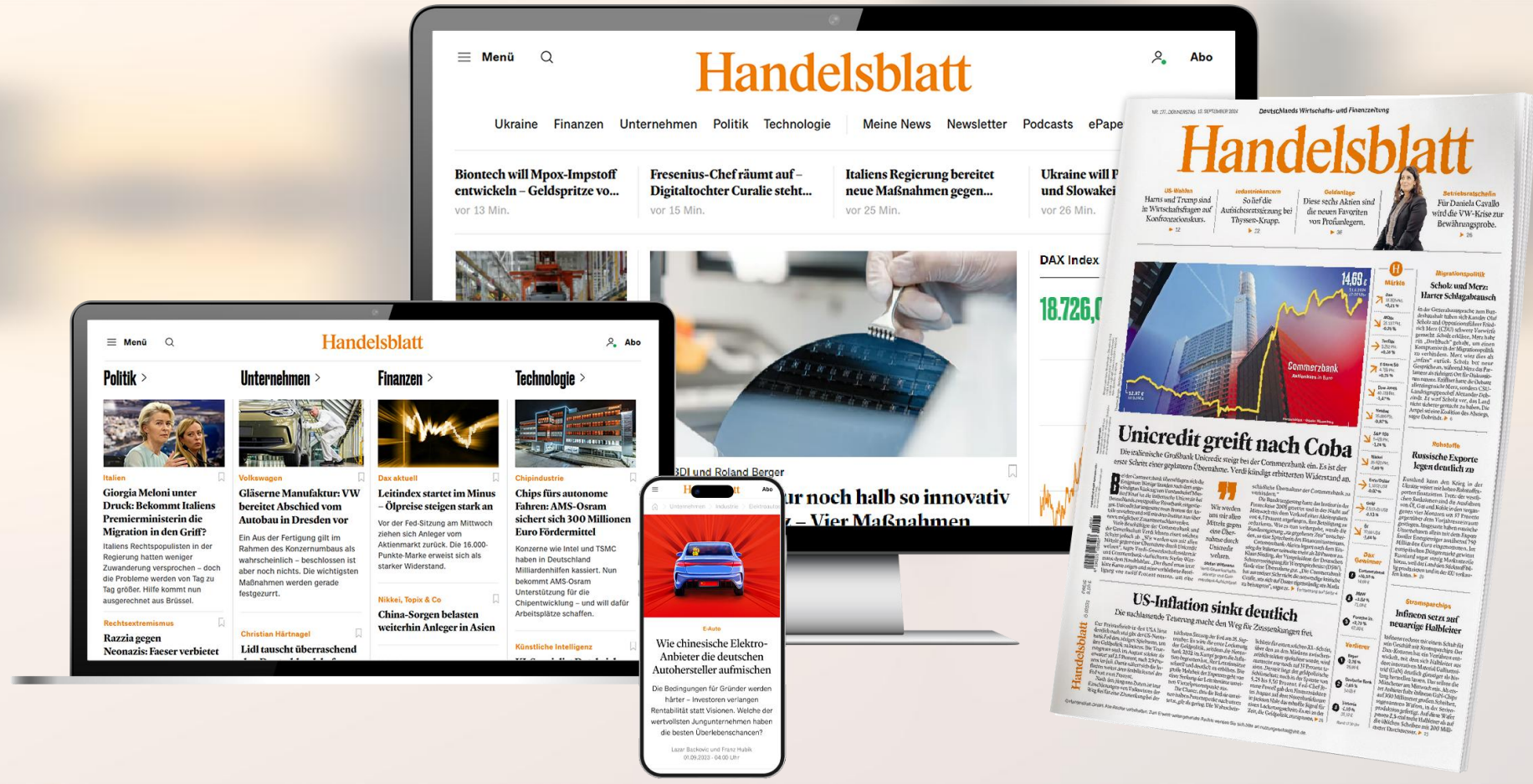


HANDELSBLATT BASISPRÄSENTATION 2025



SUBSTANZ ENTSCHIEDET. AUF ALLEN KANÄLEN

Das Handelsblatt hat sich in den vergangenen Jahrzehnten zu einer weltweit vernetzten, rund um die Uhr aktuellen News-Plattform für Wirtschaft und Finanzen entwickelt. Es ist mit mehr als 70 In- und Auslandskorrespondent:innen auf allen Kontinenten vertreten und verfügt über eines der größten Korrespondent:innen-Netzwerke der deutschen Medien.



Print

Rund 200 Redakteur:innen, Korrespondent:innen und Expert:innen rund um den Globus sorgen für eine aktuelle, umfassende und fundierte Berichterstattung. Sie versorgen die Leserinnen und Leser 24/7 mit Informationen und Einschätzungen aus erster Hand.



Digital

Das Handelsblatt beschreitet den Weg der digitalen Transformation kraftvoll und erfolgreich und bietet breit gefächerte digitale Angebote – von Webseite über Apps, ePaper und Newsletter bis hin zu Podcasts und Social Media Formaten.



Live

Die Handelsblatt Media Group schafft gemeinsam mit ausgewiesenen Expert:innen aus Wirtschaft, Wissenschaft und Politik hochkarätige Foren für Wissenstransfer und Meinungsaustausch – live, als digitale Edition oder im Hybridformat.

LEITMEDIUM DER WIRTSCHAFTSELITE

Führende Qualitätszeitung bei Top-Entscheidern in Deutschland



Wir leben in einer Zeit geopolitischer Spannungen, der Klimakrise und des Fachkräftemangels. Gleichzeitig erleben wir die vielleicht größte Transformation seit der industriellen Revolution: Künstliche Intelligenz wird Unternehmen und das Leben von Millionen Menschen weltweit verändern. Wie muss die Wirtschaftspolitik von morgen aussehen? Wie gehen wir mit der neuen geopolitischen Unsicherheit um? Welche Rolle spielt der globale Süden? Im Handelsblatt analysieren wir diese Entwicklungen und geben Orientierung. Wir beleuchten, wie andere Länder ihre Zukunft gestalten und was Deutschland davon lernen kann.

Dabei bieten wir eine Plattform, auf der Menschen unterschiedlichster Disziplinen Ideen und Strategien diskutieren, die Deutschland voranbringen können.

- Sebastian Matthes, Chefredakteur Handelsblatt

LEITMEDIUM DER WIRTSCHAFTSELITE

Führende Qualitätszeitung bei Top-Entscheidern in Deutschland



- Copy-Preis*:
3,50 Euro (Mo – Do)
4,50 Euro (Fr)
- Erscheinungsweise:
börsentäglich
- Preis 1/1 Anzeigenseite 2025:
74.250 Euro (Mo - Do)
76.800 Euro (Fr)
- Reichweite:
552.000 Leser:innen (ma II/2024)
291.000 Nutzer:innen (LAE 2024)
- Zielgruppe:
Entscheider:innen,
Meinungsbilder:innen,
Multiplikator:innen
- Medienkanäle:
Print
Online/ Mobile
Audio

*vorbehaltlich Änderungen; 1) LAE 2024, b4p 2024, 2) LAE 2024, 3) Mediatenor

Das Handelsblatt



...erreicht die Top Entscheider:innen der Wirtschaft, mit hoher Kaufkraft und starkem Interesse an Innovationen.¹



...ist die meistgelesene Tageszeitung in der Finanzbranche.²



...ist das dominierende Zitate-Medium im Wirtschaftsteil.³



...liefert wichtige Erkenntnisse über Zukunftstrends und neue Technologien, die ein erfolgreiches Handeln in sich ständig verändernden Branchen und Märkten ermöglichen.

DIE KÖPFE HINTER DEM HANDELSBLATT

Die Chefredaktion



Sebastian Matthes
Chefredakteur



Kirsten Ludowig
Stv. Chefredakteurin



Martin Knobbe
Stv. Chefredakteur



Charlotte Haunhorst
Stv. Chefredakteur (Head of Digital)

Qualitätsjournalismus zeichnet sich aus

Das Handelsblatt gewinnt immer wieder wichtige Auszeichnungen für **hervorragende journalistische Leistungen** und untermauert kontinuierlich die Relevanz und den hohen Stellenwert unabhängiger Medien für die Gesellschaft. Das Handelsblatt konnte sich 2024 gegenüber vieler deutscher Qualitätsmedien durchsetzen und wurde mit dem Titel **„Redaktion des Jahres“** ausgezeichnet.

So wird das Handelsblatt wiederholt beim **European Newspaper Award** unter anderem in den Kategorien „Cover und Coverstory“, „Podcast“, „Crossmedia“ und „Social Media“ ausgezeichnet.

In 2024 hat das Handelsblatt den **iF Design Award** in der Kategorie "Digital Product Ecosystem" erhalten. Diese Auszeichnung wurde für unseren Handelsblatt Online Relaunch verliehen, der in den letzten Jahren intensiv entwickelt wurde.

Nach der Verleihung des **Herbert Quandt Medien-Preises** in 2024, folgt eine weitere Auszeichnung: Das Handelsblatt-Autorenteam gewinnt für den Beitrag „Russendisco“ den renommierten **Ernst Schneider-Preis**. Der "IHK-Preis für Wirtschaftsjournalismus Ernst Schneider" gilt nach Angaben der Preisgeber als der bedeutendste Preis im deutschen Wirtschaftsjournalismus.

THEMENSPEKTRUM

Aktualität. Verlässlichkeit. Substanz. Objektivität.



POLITIK

- Wirtschaft
- Politik
- Ausland & internationale Beziehungen
- Off the record Brussels
- Politiker:in des Tages



UNTERNEHMEN

- Unternehmen & Branchen
- Insight Innovation (Mo)
- Nachhaltigkeit (jeden 2. Di im Monat)
- New Work (jeden 3. Di im Monat)
- Unternehmer:in des Tages
- Start-up Check (Fr)



FINANZEN

- Märkte
- Geldanlage
- Leitbörsen im Überblick
- DAX-Umfrage
- Recht & Steuern (Di)



MEINUNG

- Leitartikel
- Kommentare
- Lesermeinung
- Stimmen weltweit
- Gastkommentar
- Der Chefökonom

THEMENSPEKTRUM

Aktualität. Verlässlichkeit. Substanz. Objektivität



Märkte heute

- täglich auf zwei Seiten und der 4. Umschlagseite
- Überblick über wichtige ökonomische Ereignisse, Analysen und Zahlen, die die Märkte bewegen



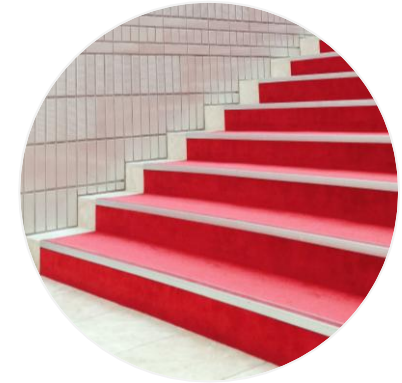
Mittelstand

- Unternehmensporträts, bedeutende Trends, aktuelle News) und der Start-up Check
- Nachrichten, Personalien und Entwicklungen aus inhaber-geführten Unternehmen



Innovation und neue Technologien

- Die Digitalisierung unserer Unternehmen, unserer Gesellschaft und unseres Alltags
- Einblicke in die aktuellen Trends und disruptive Technologien
- Insight Innovation (Mo)

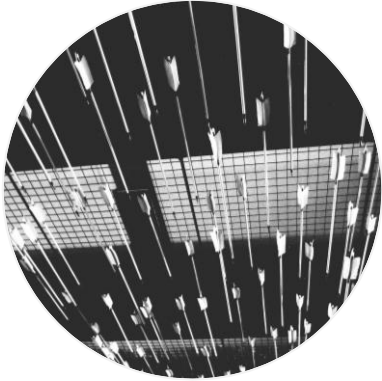


Unternehmer und Politiker

- Personen und Persönlichkeiten des Tages aus Wirtschaft und Politik

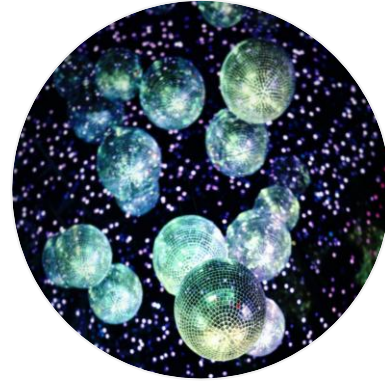
THEMENSPEKTRUM

Aktualität. Verlässlichkeit. Substanz. Objektivität



Speziale

- Mit festen Themenspezialen bieten wir punktuell das passende Umfeld für Ihre Anzeige – schnell und unkompliziert.
- Über 100 interessante Speziale zu diversen Themen und Trends rund um Finanzen, Mittelstand, Digitalisierung, Mobilität und Nachhaltigkeit



Serien

- Mit unseren redaktionellen Serien begleiten wir konstant wichtige Themen und bündeln Informationen.
- Von DAX 40 über Nachhaltigkeit, künstliche Intelligenz bis New Work
- tiefgehende Analysen und Hintergründe zu den relevanten Themen unserer Zeit



Themenwochen

- Mit den Themenwochen setzen wir wichtige Topics in allen Kanälen geballt in Szene.
- Ob Energy, Innovation Week, künstliche Intelligenz, Sustainability oder New Work – positionieren Sie sich als Vorreiter:in.
- tiefgehende Analysen und Hintergründe zu den relevanten Themen unserer Zeit



Wochenend-Ausgabe

- Coverstory
- Immobilien
- Karriere
- Literatur
- Kunstmarkt
- Reportage/Interview
- Start-up Check

HANDELSBLATT MARKENFAMILIE

Erreichen Sie mehr durch Vernetzung aller Medienkanäle im Markenkosmos



Quelle: B4P 2024

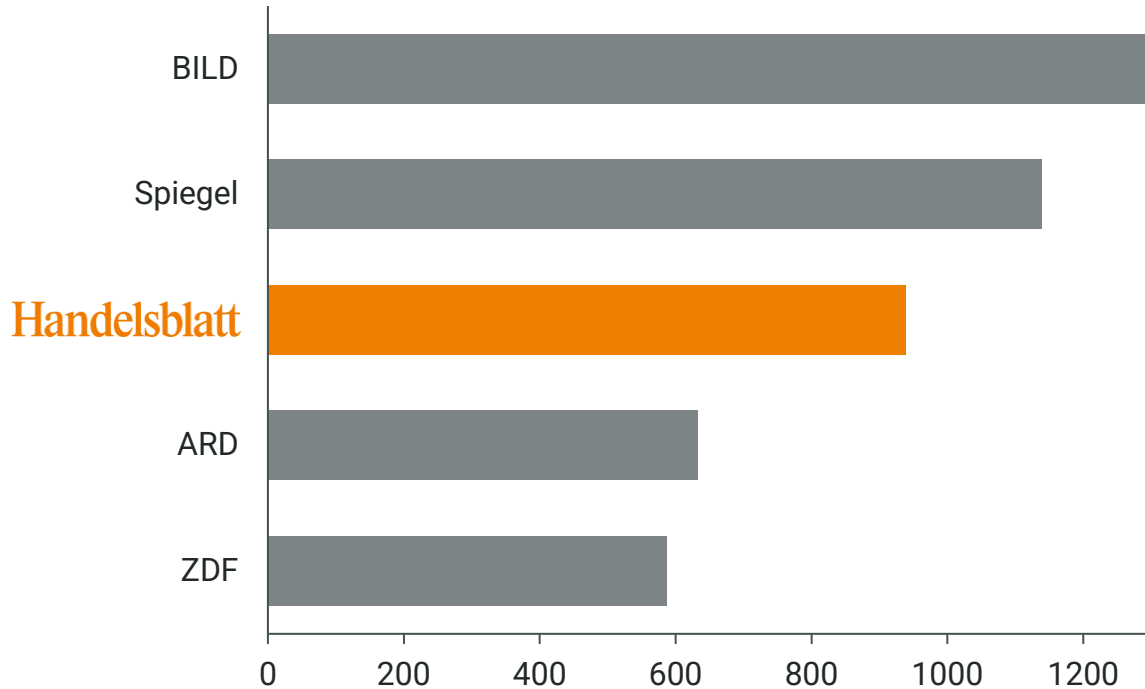
Das Handelsblatt ist die größte
Wirtschafts- und Finanzzeitung
in deutscher Sprache



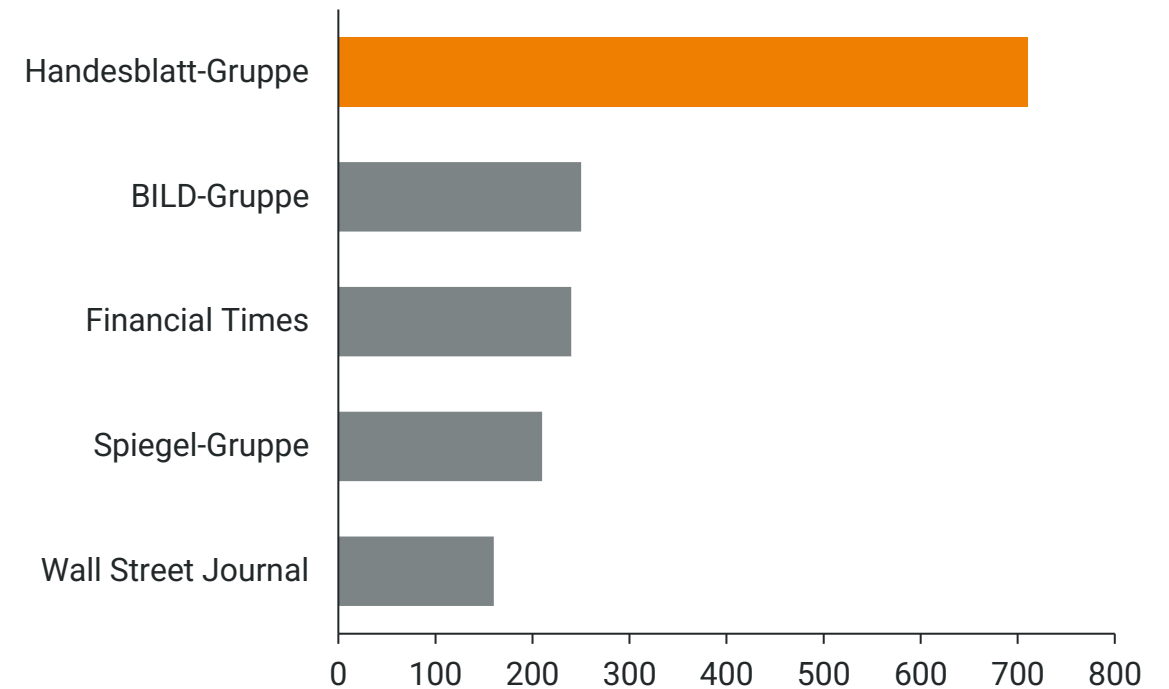
HÄUFIGSTE QUELLEN FÜR ZITATE

Handelsblatt gehört zu den wichtigsten Agenda Settern in Deutschland

Handelsblatt belegt Rang 3 der **meistzitierten Medien** und ist einer der wichtigen Agenda Setter:



Das Handelsblatt ist Vorreiter bei Wirtschaftsthemen und belegt **Platz 1 der meistzitierten Medien**

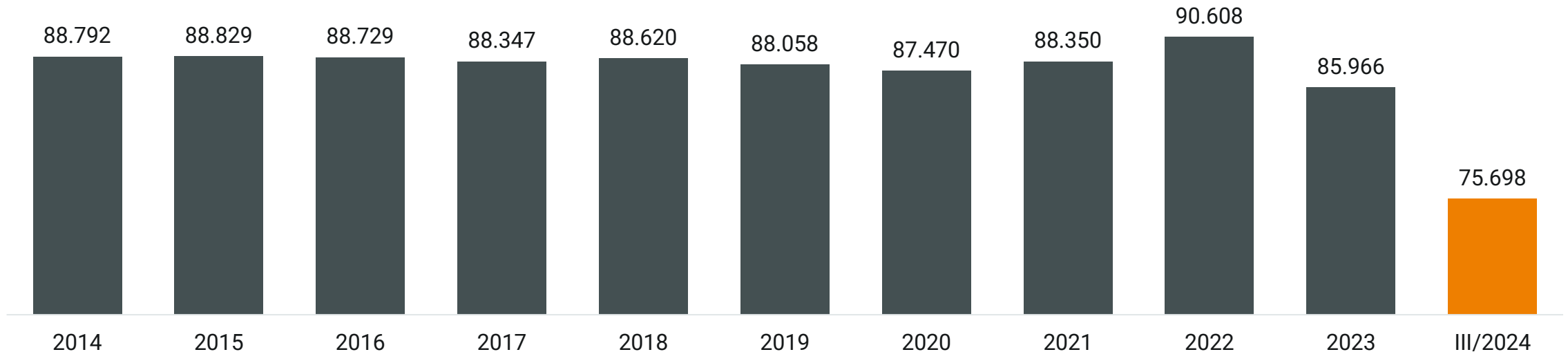


Quelle: Mediatenor 2023 – Basis: 16.924 Zitate 1-09/2023 in deutschen Leitmedien

STARKE LESER:INNEN-BLATTBINDUNG

Die Kernleserschaft der Abonnent:innen über die letzten 10 Jahre

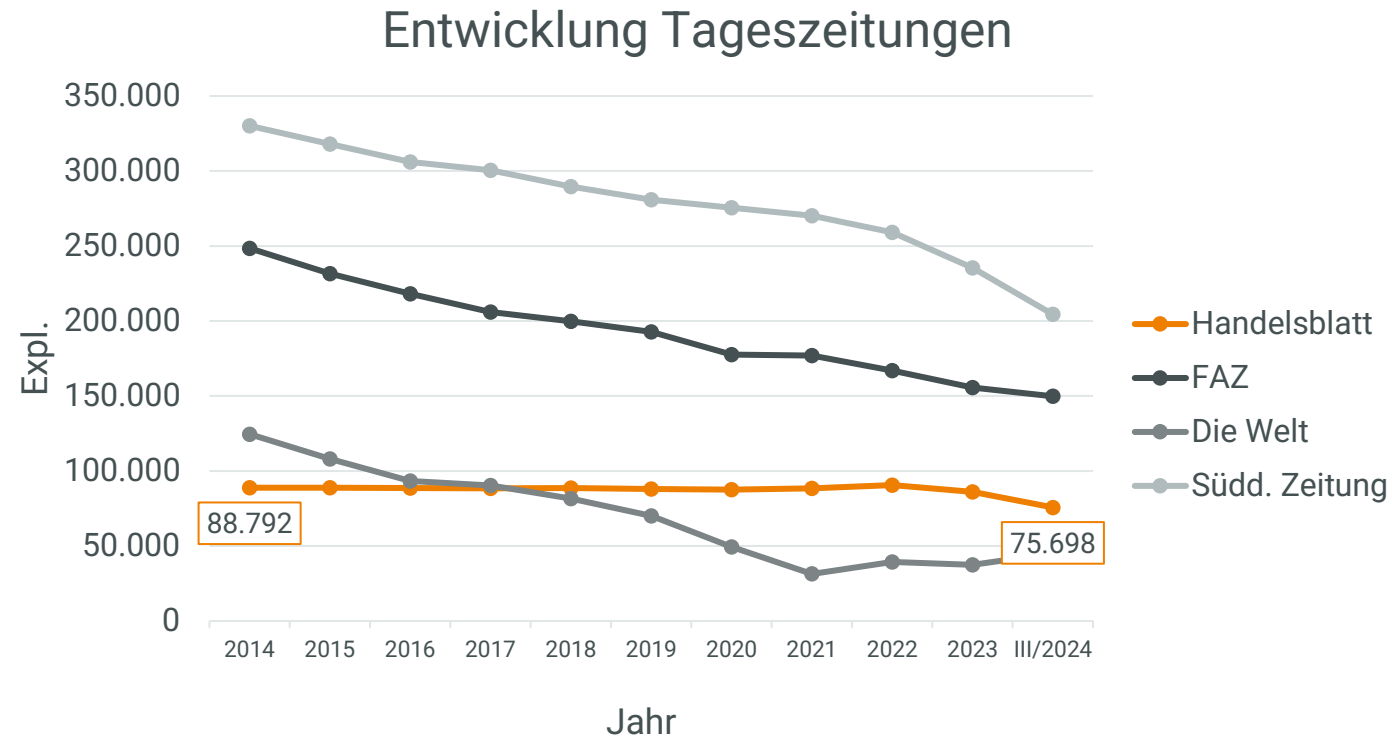
Entgegen der Entwicklung auf dem Gesamtmarkt der überregionalen Tageszeitungen kann das Handelsblatt seine harte Auflage über die letzten 10 Jahre halten.



STARKE LESER:INNEN-BLATTBINDUNG

Entwicklungen der harten-Auflagen im Marktvergleich

Entgegen der Entwicklung auf dem Gesamtmarkt der überregionalen Tageszeitungen kann das Handelsblatt seine harte Auflage über die letzten 10 Jahre halten.

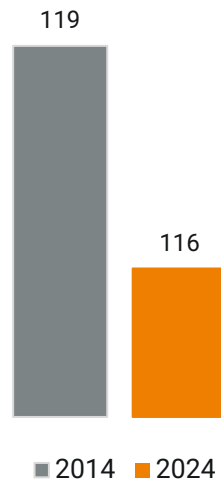


HANDELSBLATT – DAUERHAFT ERFOLGREICH

Langzeitentwicklung im 10-Jahres-Vergleich

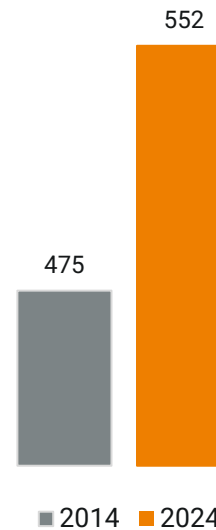
IVW
Verkaufte Auflage in Tsd.

- 2 %



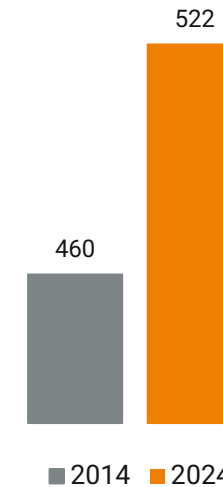
MA
Reichweite in Tsd.

+ 16 %



AWA
Reichweite in Tsd.

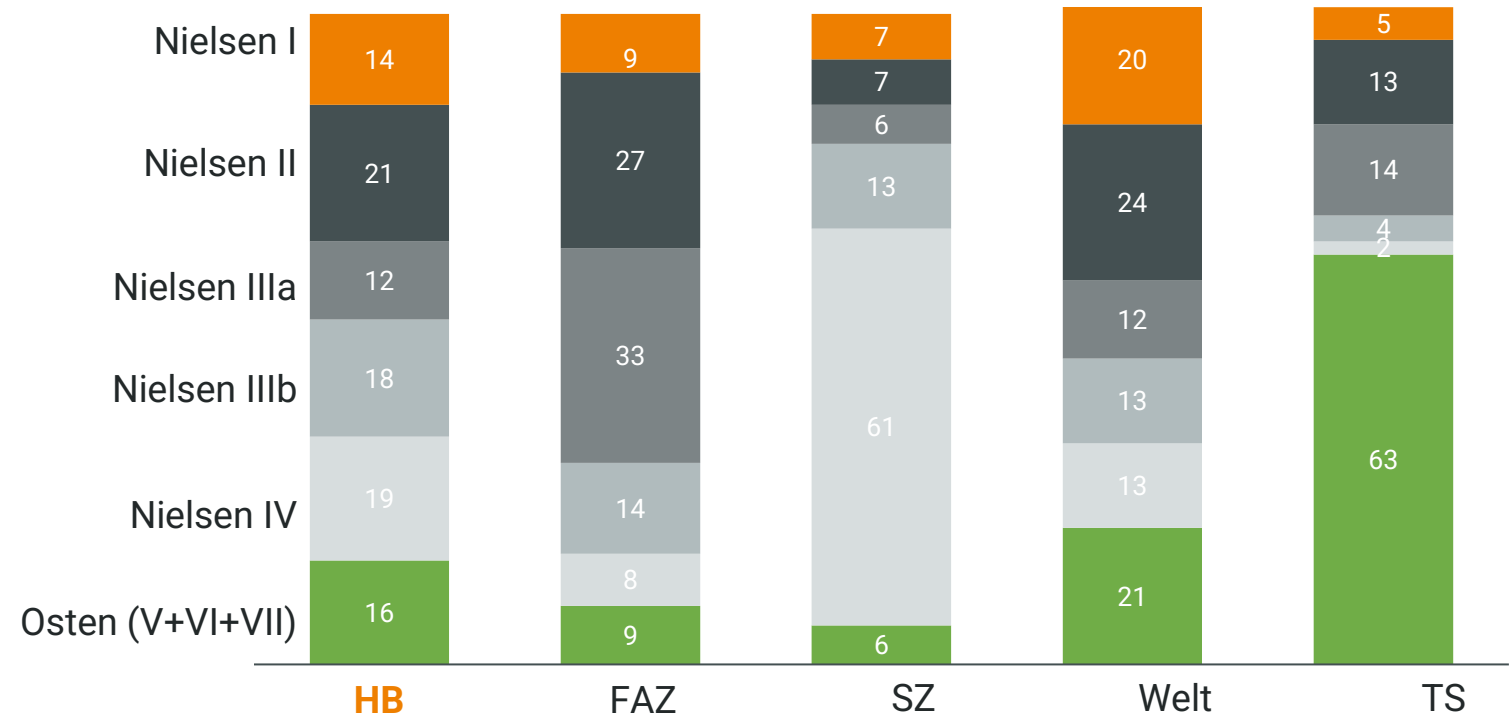
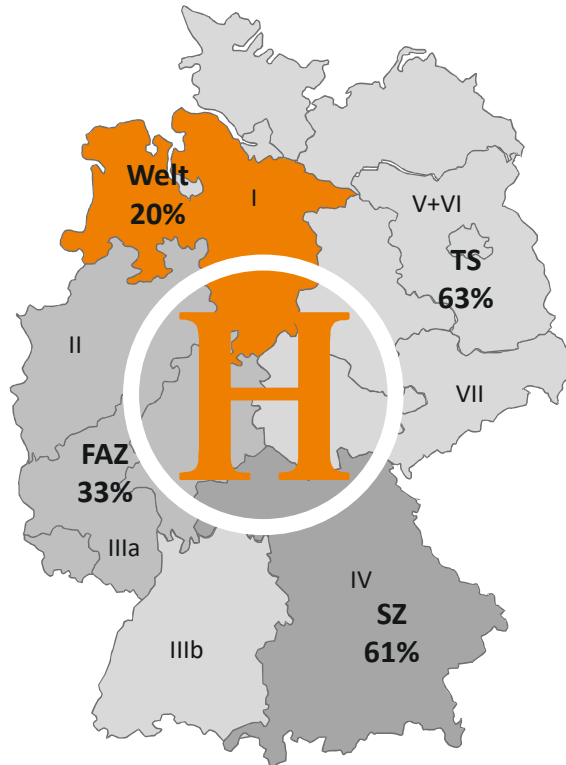
+ 13 %



VERTRETEN IM GESAMTEN BUNDESGBIET

Proportional zur Verteilung der Entscheiderzielgruppen

Anders als bei Süddeutsche Zeitung, Frankfurter Allgemeine Zeitung, Tagesspiegel und Die Welt verteilt sich die Leserschaft des Handelsblatts national ausgeglichen.



DIE LEISTUNGSTRÄGER DER GESELLSCHAFT

Die Zielgruppe des Handelsblatts ist unverzichtbar für Ihre Markenkampagne



Handelsblatt-Leser ¹

552 Tsd.

Menschen lesen jede Woche das Handelsblatt.

Entscheider ²

291 Tsd.

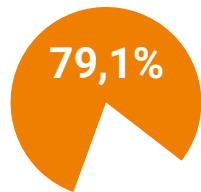
Davon 67% Leitende Angestellte

Ø-Alter ¹



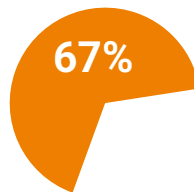
Jahre

Geschlecht ¹



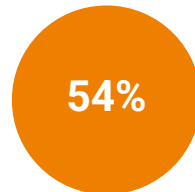
Männer

Ltd. Angestellte ²

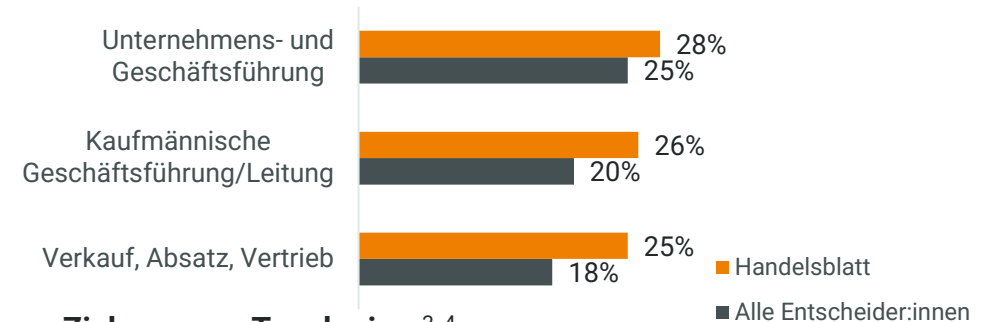


Über 100.000 Euro Brutto

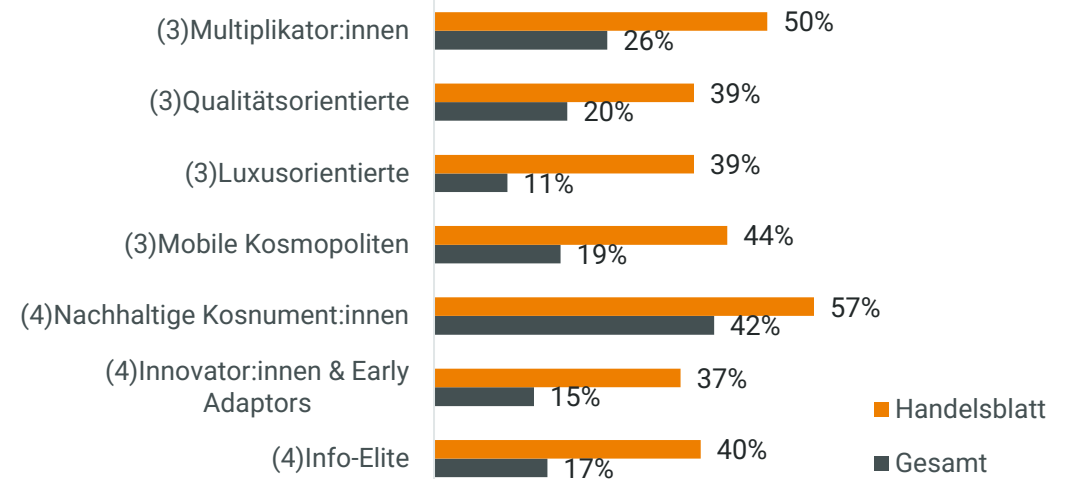
Jahreseinkommen ²



Zielgruppen (Gesamt-/Teilbereichsleitung ltd. Angestellte), Typologien ²



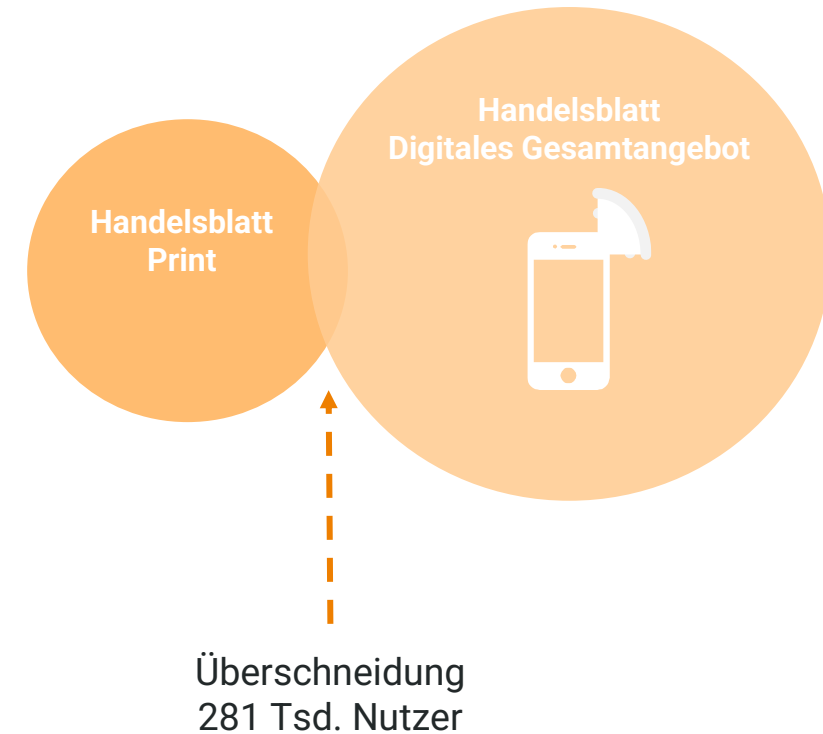
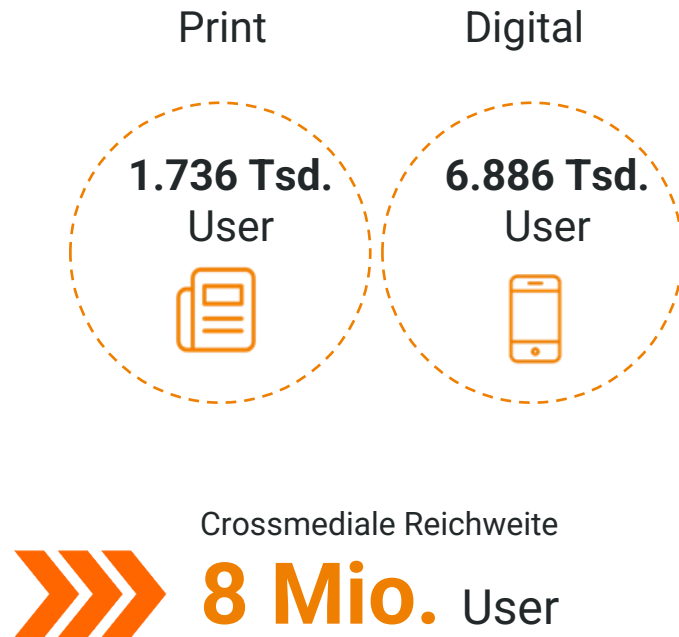
Zielgruppen, Typologien ^{3,4}



Quelle: 1) ma II/2024, 2) LAE 2024 3) AWA 2024 4) b4p 2024

HÖHERE REICHWEITE DURCH CROSSMEDIA

Geringe Überschneidung in der Leserschaft (NpM)





- **Wirtschaft pur**
Das Handelsblatt ist das unangefochtene Leitmedium der Wirtschaftselite
- **Qualitätsmedium**
Das Handelsblatt genießt nicht nur als Qualitätsmedium höchstes Vertrauen.
- **Ausgezeichnet**
Der investigative und innovative Qualitätsjournalismus des Handelsblatts wurde mit vielen renommierten Journalistenpreisen ausgezeichnet
- **Kaum Streuverluste**
Werbung im Handelsblatt trifft die Entscheider:innen - zielsicher
- **Crossmedial**
Das Handelsblatt kommuniziert über alle Kanäle und potenziert so die Werbewirkung
- **Effizienz**
Mit dem Handelsblatt erreicht man die Führungsebene mit sehr gutem Preis-/Leistungsverhältnis.

- Der Schutz der Umwelt und des Klimas zählt zu den größten gesellschaftlichen Herausforderungen unserer Zeit.
- #WIR nehmen sie an und arbeiten gemeinsam daran, unseren ökologischen Fußabdruck nachhaltig zu verringern: mit unseren Partner:innen, mit unseren Medien, ihren Leser:innen und vor allem mit unserem Team.
- Mit der internen Initiative HMG GOES GREEN entwickeln wir Ideen und Impulse für alle Bereiche des Hauses. So übernehmen wir Verantwortung, um Nachhaltigkeit in unserem Unternehmen auf ein neues Level zu bringen.

GEBÄUDE & AUSSTATTUNG

- ♥ Wir beziehen in unserem Hauptsitz in Düsseldorf seit 2020 ökologischen Strom, vornehmlich aus Wasserkraft – zertifiziert
- ♥ Das Hauptgebäude „La Tête“ ist nach DGNB Gold zertifiziert für nachhaltiges Bauen
- ♥ Unsere Drucker sind umgestellt auf papiersparendes „Follow me“, um Fehldrucke zu vermeiden
- ♥ Sämtliche Lampen im Gebäude sind LEDs und fast alle mit Bewegungsmelder und Tageslichtsteuerung
- ♥ Für eine ressourcenschonende Zusammenarbeit sind unser Workflow und unsere Akten zu 80 – 90 % digitalisiert.

INHALTE & INITIATIVEN

- ♥ Nachhaltigkeit ist eines der vier Fokusthemen des Handelsblatt. In dem Kontext existieren viele spannende Formate und Serien: Redaktionelle Serie „Nachhaltigkeit“, Business Briefing Nachhaltige Investments, Podcast HB Green etc.
- ♥ Alleine im Handelsblatt erschienen in den letzten 12 Monaten* 1.332 Artikel zum Thema „Nachhaltigkeit“; zum Thema „Umwelt“ fand sich im gleichen Zeitraum in knapp 1.904 Artikeln wieder
- ♥ Immer mehr Initiativen und Leitevents werden ins Leben gerufen: The Mission, Sustainable Impact Award, Jahrestagung Dekarbonisierung, New Work Initiative, Fokusthema bei der Europe 2022, Net Zero Tech beim The Spark – Der deutsche Digitalpreis u.v.m.

MATERIALIEN & WERBEFORMEN

- ♥ Unser Zeitungspapier ist mit dem Blauen Engel zertifiziert und besteht aus bis zu 89 % aus Recyclingpapier
- ♥ Nachhaltige Werbeformate erobern die Herzen unserer Kund:innen: Grasbeilage mit Papier aus Gras, die ecoAD als CO2-sparendes, digitales Werbemittel
- ♥ Wir verzichten, wenn möglich, auf Flyer, Programmhefte und ähnliches

*Quelle: Handelsblatt Archiv, Zeitraum 01.01.2023 – 31.12.2023

WIR FREUEN UNS AUF SIE



SALES NATIONAL

Oliver Adrian
Sales Director National
Telefon +49 69 2424408
oliver.adrian@iqm.de

Oliver Mond
Senior Account Manager
Telefon +49 69 2424 4536
oliver.mond@iqm.de

Sandra Rasch
Senior Account Manager
Telefon +49 211 8871303
sandra.rasch@iqm.de

Eva-Maria Guckes
Sales Consultant
Telefon +49 69 24 24 4511
eva-maria.guckes@iqm.de

Sandra Pinz
Sales Consultant
Telefon +49 406965951
sandra.pinz@iqm.de

Andreas Wulff
Head of Account Management
Telefon +49 40 30183 156
andreas.wulff@iqm.de

Anne Sasse
Senior Account Manager
Telefon +49 89 545907 15
anne.sasse@iqm.de

Nicole Wiedemann
Senior Account Manager
Telefon +49 160 9909 3860
nicole.wiedemann@iqm.de

Yvonne Lau
Sales Consultant
Telefon +49 40 30183 157
yvonne.lau@iqm.de

Sandra Oerke
Senior Account Manager
Telefon +49 40 30183 194
sandra.oerke@iqm.de

Carsten Thum
Senior Account Manager
Telefon +49 69 2424 4126
carsten.thum@iqm.de

Daniel Weidenfeller
Senior Account Manager
Telefon +49 69242443
daniel.weidenfeller@iqm.de

Christian Leopold
Sales Consultant
Telefon +49 69 2424 4510
christian.leopold@iqm.de

Susanne Janzen
Senior Account Manager
Telefon +49 211 887 2344
susanne.janzen@iqm.de

Natalie Wesemann- Otte
Senior Account Manager
Telefon +49 211 887 1319
natalie.wesemann-otte@iqm.de

Ulrike Kriechhammer
Account Manager
Telefon +49 211 887 1360
ulrike.kriechhammer@iqm.de

Marion Sturm
Sales Consultant
Telefon +49 211 8872339
marion.sturm@iqm.de

iq media marketing gmbh | Ein Unternehmen der HANDELSBLATT MEDIA GROUP | Toulouser Allee 27 | 40211 Düsseldorf | www.iqmedia.de/kontakt

#MEHR
#WERT
STIFTER

WIR FREUEN UNS AUF SIE

SALES INTERNATIONAL

Gerda Gavric- Hollender
Director Sales International Print
Telefon +49 211 887 2343
gerda.gavric-hollender@iqm.de

Bettina Goedert
Senior Sales Manager International
Telefon +49 211 887 1336
bettina.goedert@iqm.de

Darwin Santo
Director New Business International
Telefon +49 211 887 2371
darwin.santo@iqm.de

Sarah Schmidt
Sales Controller International
Telefon +49 151 1823 5954
sarah.schmidt@iqm.de