



Düsseldorf, Dienstag, 06.06.2023

Leitmedien und Qualität in neuer Dimension: Die SPIEGEL-Gruppe schließt sich den Premium-Vermarktern iq media und iq digital an

Die Düsseldorfer Vermarkter für Quality Media übernehmen die Vermarktung für Digital, Print, ePaper, Newsletter und Podcast von DER SPIEGEL, manager magazin und Harvard Business manager zum 01.01.2024.

Die SPIEGEL-Gruppe und die weiteren Mandanten von iq digital und iq media teilen die Überzeugung, dass Qualität und Vertrauen zeitlose Attribute relevanter Medienmarken sind und jetzt wie auch in Zukunft die Erwartungen von Zielgruppen treffen.

iq media und iq digital machen diese Stärken zugänglich für Werbungtreibende und sind damit die passenden Partner für die SPIEGEL-Gruppe.

Die Medienmarken der SPIEGEL-Gruppe werden ab 01.01.2024 von den beiden Unternehmen iq digital und iq media marketing vermarktet. Beide vervollständigen damit ein einzigartiges Vermarktungsportfolio der bedeutendsten Leitmedien Deutschlands.

Mit Medien wie der Frankfurter Allgemeinen Zeitung, dem Handelsblatt, der Süddeutschen Zeitung, der ZEIT, der WirtschaftsWoche, dem Tagesspiegel und nun auch den Hamburger Nachrichten- und Wirtschaftsportalen, SPIEGEL.de und manager-magazin.de, kann der Düsseldorfer Vermarkter iq digital eine enorme Reichweite bei höchster journalistischer Qualität anbieten. Genau das ist auch die Strategie: „In heutigen Zeiten geht es längst nicht nur um reine Reichweite, sondern es geht um Reichweite in vertrauensvollen, starken Umfeldern und hochwertigen Zielgruppen. Nur hier können Unternehmen verantwortungsvoll werben und nachhaltiges Brand Building betreiben. Und damit passt die SPIEGEL-Gruppe mit ihren Medienmarken perfekt zu uns und wir können eine neue Ära der Qualität einleiten“, berichtet Steffen Bax, Geschäftsführer der iq digital.

Magazine und Zeitungen genießen im Alltag vieler Menschen nach wie vor einen hohen Stellenwert, sind enge Vertraute und geschätzte Begleiter. Diese Bedeutung aufrechtzuerhalten, gelingt nur durch konsequent relevante Inhalte, kritische, unabhängige journalistische Arbeit und die Hingabe zu den richtigen Themen. Das eint unser starkes Portfolio aus Handelsblatt, DIE ZEIT, WirtschaftsWoche, Tagesspiegel und künftig den Publikationen der SPIEGEL-Gruppe und sichert Aufmerksamkeit und Reichweite in attraktiven, ansonsten schwer erreichbaren Zielgruppen. „Wir sind stolz, den SPIEGEL, das manager magazin und den Harvard Business manager zu vertreten, damit ein unvergleichliches Segment der Qualitätsmedien zu bilden und unseren Kunden und Partnern intelligente Konzepte über dieses einzigartige Portfolio anbieten zu können“, so die Geschäftsführerin der iq media, Julia Schleunung.

„Mit der SPIEGEL-Gruppe gewinnen wir einen Partner, der unsere Werte teilt und wie wir die Überzeugung vertritt, dass journalistische Qualität die Basis ist für Erfolg im Lesermarkt und in der Werbevermarktung. Schon die Vorbereitungen auf die Zusammenarbeit zeugt von einem sehr vertrauensvollen Miteinander, die beste Basis für eine erfolgreiche Zusammenarbeit“, freut sich Andrea Wasmuth, Geschäftsführerin der Handelsblatt Media Group.

Die Mediengattung Qualität

Vermarktung ist bei den iq-Unternehmen kein Selbstzweck, sondern steht in einem anspruchsvollen Verhältnis zwischen Werbetreibenden und journalistischer Verantwortung. Genau dieser werden die beiden Vermarkter seit ihrer Gründung gerecht.

Denn iq media und iq digital sind überzeugt, dass die intensive Bemühung der verantworteten Marken um ihre Leser:innen, User:innen und Hörer:innen sowie die Ausgewogenheit und Vielfalt der Berichterstattung den größten Wert darstellen, von

dem wiederum all die Unternehmen profitieren, die in unseren Leitmedien werben.

„Zugang zu einer großen Bandbreite an News und Hintergründen sicherzustellen, Kleinigkeiten nicht unnötig zu betonen und bedeutende Entwicklungen nicht auszulassen – das zeichnet unsere Medienmarken aus. Die Vermarktung von Werbeplätzen finanziert dieses Modell mit, und auf der anderen Seite profitieren die Werbetreibenden vom Ansehen dieser Marken“, erklären Bax und Schleunung. Es geht also um eine gewinnbringende Koexistenz der beiden Seiten in einer immer klarer hervortretenden Mediengattung namens Qualität.

Kontakt

Aylin Menke

Leiterin Unternehmenskommunikation

Tel.: +49 (0)211 - 887 1015

E-Mail: pressestelle@handelsblattgroup.com

iq digital media marketing gmbh

Die iq digital steht als Gemeinschaftsunternehmen von FAZ Verlag, Handelsblatt Media Group, Süddeutsche Zeitung Verlag und ZEIT Verlag sowohl für hohe Reichweiten in den Bereichen News und Wirtschaft/Finanzen als auch für Special-Interest-Angebote zur Ansprache spitzer Zielgruppen. Das Portfolio umfasst hochkarätige Leitmedien in den Bereichen General News, Wirtschaft & Finanzen, Fachmedien und Millennials: Websites wie FAZ.NET, Handelsblatt Online, Süddeutsche Zeitung, WirtschaftsWoche Online, ZEIT ONLINE und Der Tagesspiegel informieren Entscheider:innen täglich aktuell über alle relevanten Themen.

Zum vielfältigen Portfolio der iq digital gehören außerdem EMOTION, ada, ARIVA.DE, BTC-ECHO, Cicero.de, Sächsische.de, Airport DUS, jetzt.de, SZ-Magazin.de und ZEIT-Magazin.de. Zahlreiche Portale aus dem Bereich Forschung wie Spektrum.de, wissen.de, Forschung und Wissen. B2B-Fachmedienportale wie Autocad, Build-Ing., Genios, Tilasto, Weimer Media Group und der HUSS-Verlag.

Mit einer digitalen Gesamtreichweite von 28 Mio. Digital Unique Usern¹ ist iq digital einer der führenden Vermarkter für digitale Qualitätsmedien und Mediabrands.

¹ Quelle: agof daily digital facts (März 2023); Vermarkterreichweite iq digital; Grundgesamtheit 16+

iq media marketing gmbh

iq media ist der führende Leitmedien-Vermarkter in Deutschland. Das Portfolio umfasst Qualitätsmedien wie Handelsblatt, WirtschaftsWoche, DIE ZEIT und Tagesspiegel, die in einer schnelllebigen Welt für Vertrauenswürdigkeit und Orientierung stehen. iq media steht mit einer Reichweite von mehr als 3 Mio. Leser:innen¹ und einem Reichweitenanteil bei Entscheider:innen² von mindestens 23% für intelligente und qualitativ hochwertige Markeninszenierung.

¹ Quelle: ma 2023 PM I

² Quelle: LAE 2022

SPIEGEL-Gruppe

Die SPIEGEL-Gruppe mit Sitz in Hamburg ist eines der angesehensten deutschen Medienhäuser. Die Print-Magazine, Digital-Angebote und TV-Produktionen nehmen eine herausragende Stellung in der deutschen Medienlandschaft ein. Die publizistische Qualität und eine unabhängige Berichterstattung bilden den Markenkern aller journalistischen Produkte. Neben dem SPIEGEL, Deutschlands bedeutendstem und Europas größtem Nachrichten-Magazin, werden die Wirtschaftsmagazine manager magazin und Harvard Business manager und unter der Marke SPIEGEL TV eine Vielzahl von Bewegtbildformaten produziert. 2022 erwirtschaftete die SPIEGEL-Gruppe mit ihren rund 1300 Mitarbeiter:innen einen Umsatz von 267 Millionen Euro. In Deutschland unterhält die Gruppe sieben Redaktionsvertretungen. International ist sie an 20 Standorten vertreten.

DER SPIEGEL

DER SPIEGEL – politisch unabhängig, keiner wirtschaftlichen Gruppierung nahestehend, nur sich selbst und seinen Leserinnen und Nutzern verpflichtet – steht seit mehr als 75 Jahren für investigativen Journalismus. Die rund 600-köpfige Redaktion deckt mit ihrer Berichterstattung Missstände auf, setzt Nachrichten, sorgt für Kontext in einer komplexen Welt und ist Taktgeber in der öffentlichen Diskussion. Die journalistischen Angebote, gedruckt oder digital, erreichen jede Woche über 15 Millionen Menschen. Reichweite und publizistischer Anspruch machen die Marke DER

SPIEGEL in der deutschen Medienlandschaft zu einer Instanz, die großes Vertrauen genießt.

manager magazin

Seit seiner Gründung 1971 sorgt das manager magazin für Aufklärung in der Wirtschaft und ist Impulsgeber für alle, die in der Wirtschaft erfolgreich sein wollen. Das manager magazin bietet Entscheider:innen und Führungskräften unabhängige Aufklärung und Orientierung in den zentralen Wirtschaftsthemen. Investigativer Wirtschaftsjournalismus, das Aufdecken von Missmanagement und unternehmerische Erfolgsgeschichten zeichnen das manager magazin aus. Die Beiträge gründen auf Informationen von Entscheider:innen – und gewähren den Leser:innen einzigartige Einblicke in Unternehmen und in die Lebenswelt von Topmanager:innen. Die rund 60-köpfige Redaktion erreicht mit ihrem journalistischen Angebot jeden Monat über 3,5 Millionen Menschen.

Harvard Business manager

Seit 1979 berichtet der Harvard Business manager als erweiterte deutsche Ausgabe der US-Zeitschrift „Harvard Business Review“ über neue Ansätze in der Unternehmensführung, über Trends im Management und präsentiert zukunftsweisende Strategien. Im Vordergrund steht dabei immer, wie Führungskräfte die Konzepte und Ideen erfolgreich in die eigene Praxis umsetzen können. Der Harvard Business manager vermittelt das Know-how der renommiertesten Hochschulen und Vordenker:innen der Welt – aus Wissenschaft, Topmanagement und Unternehmen.
