

brandeins

IT und KI



**Hier  
wird Zukunft  
gemacht.**

Mit über 25 hat man schon ein bisschen was gelernt und bereitet sich auf die Zukunft vor. So geht es auch brand eins: Wir fühlen uns gerüstet für neue Herausforderungen, neue Fragen, neue Antworten – gern gemeinsam mit Ihnen.



Foto: André Hemstedt & Tine Reimer

Gabriele Fischer,  
*Chefredakteurin*

#### brand eins in Zahlen

|                                                                            |       |
|----------------------------------------------------------------------------|-------|
| Alter der Kernleserschaft, in Zahlen                                       | 30-64 |
| Frauenanteil an der Leserschaft, in Prozent                                | 27    |
| Monatliches Haushaltsnettoeinkommen, in Euro                               | 5.280 |
| Anteil der Leserschaft mit abgeschlossenem Abitur oder Studium, in Prozent | 83    |

AWA 2026

#### Auflage\*

|                     |        |
|---------------------|--------|
| Druckauflage        | 70.534 |
| Verbreitete Auflage | 53.897 |
| Verkaufte Auflage   | 52.811 |
| Abonnements         | 20.150 |

\*IVW, Ø 2025

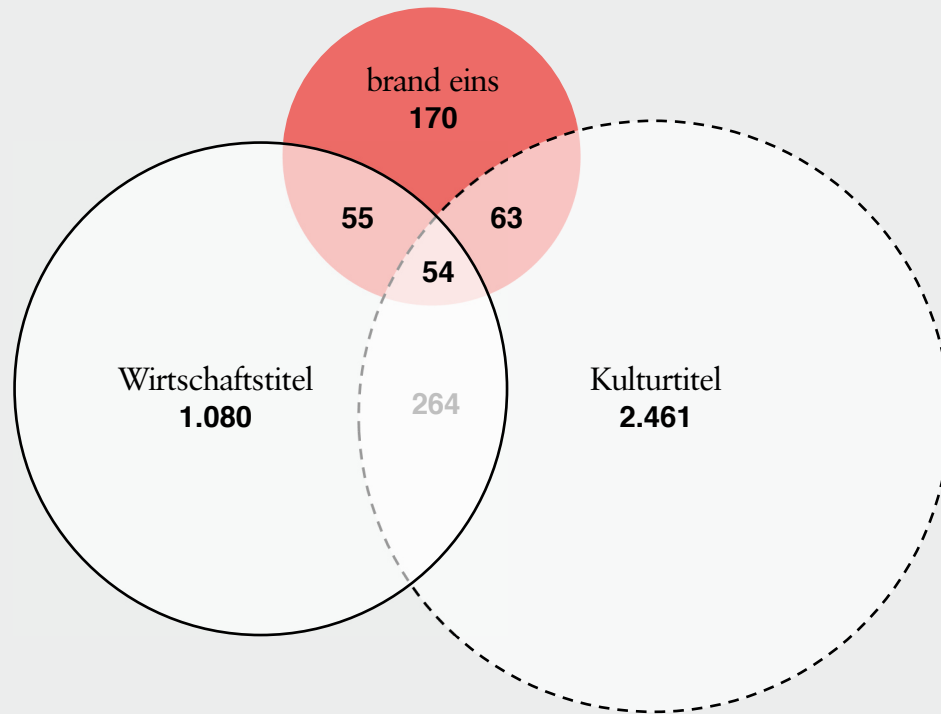
#### Follower Social Media\*\*

|    |           |
|----|-----------|
| in | > 290.500 |
| @  | > 157.000 |
| f  | > 166.000 |
| x  | > 166.000 |

\*\*Stand Juni 2026

# Leserschaften und deren Überschneidungen

Angaben in Tausend (LpA)

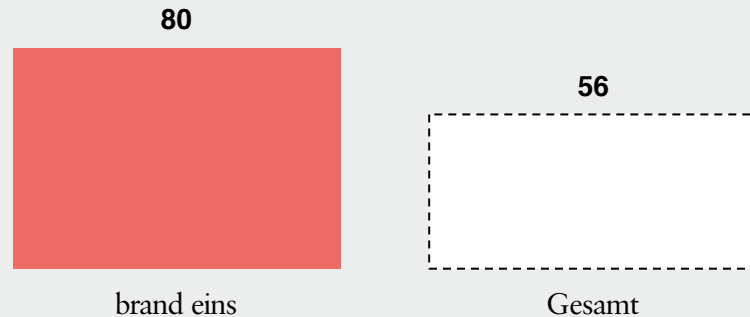


## Einmalig

brandeins Leserinnen und Leser sind nicht leicht zu haben. Die exklusive Positionierung wird beim Blick auf die Leserschaftsüberschneidungen sehr deutlich. Selbst im weiten Wettbewerbsumfeld der Wirtschafts- und Kulturtitel wird ein großer Teil der Leserschaft ausschließlich von brandeins erreicht.

# Nutzer von KI-Programmen

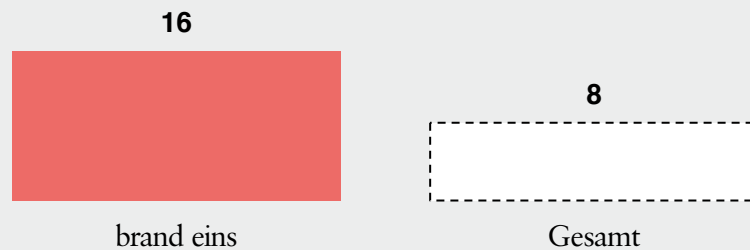
Angaben in Prozent



# Ratgeber beim Thema Künstliche Intelligenz

„Gebe öfter Ratschläge, Tipps, gelte da als Experte“

Angaben in Prozent



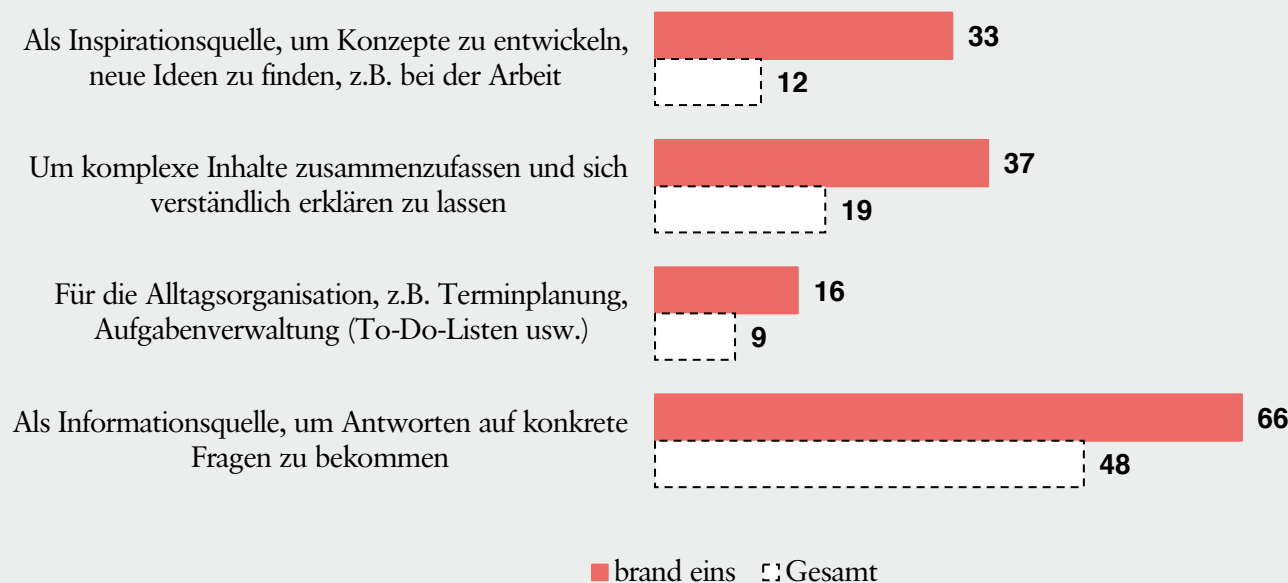
## Begleiter im Alltag

Künstliche Intelligenz ist voll im Alltag der brand eins Leserinnen und Leser angekommen. 80 % von ihnen nutzen bereits KI-Programme. Damit zeigen sie sich hier bereits sehr viel aufgeschlossener aktiver als die Gesamtbevölkerung.

Durch die intensive Nutzung werden brand eins Leserinnen und Leser daher auch deutlich häufiger in ihrem Umfeld um Rat rund um die Künstliche Intelligenz gefragt.

# Anwendungsfälle

Angaben in Prozent

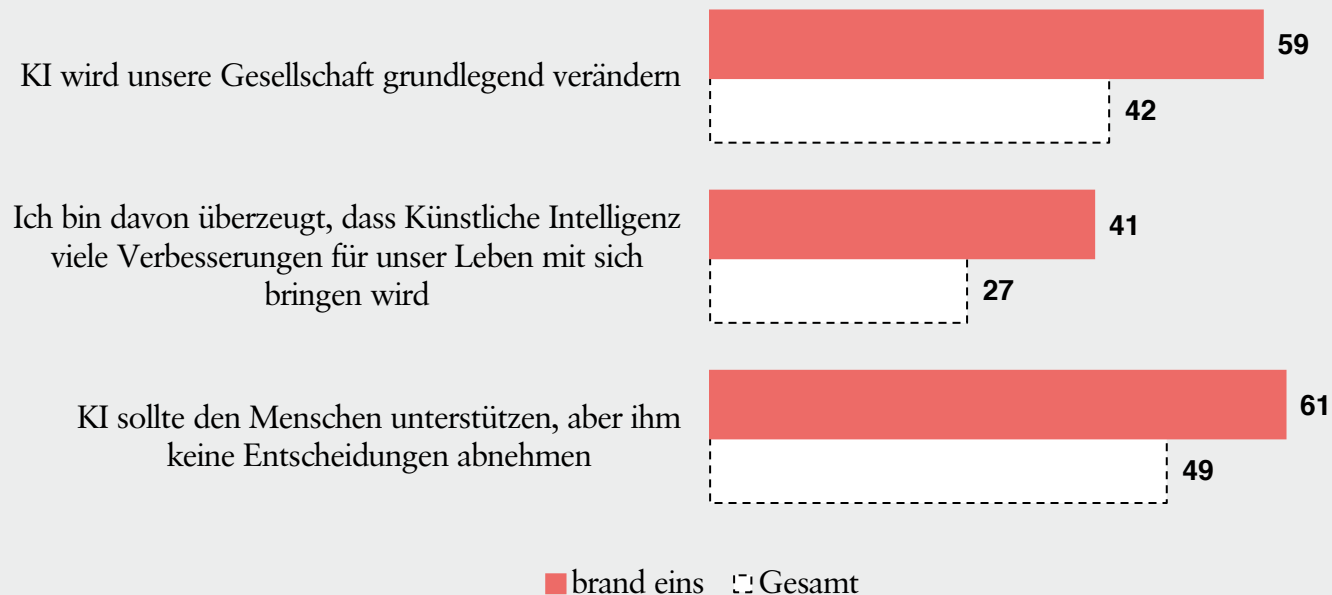


## Produktivität

KI ist in der brand eins Leserschaft nicht Experiment, sondern Werkzeug in Kernprozessen – kreativ wie analytisch. Mehr als ein Drittel nutzen KI-Tools als Effizienz-Booster im Umgang mit komplexen Inhalten oder als Sparringspartner in der Konzeptentwicklung. Auch in der Terminplanung zeigt sich, dass eine deutlich höhere Durchdringung der technischen Möglichkeiten als in der Grundgesamtheit.

## Einstellungen zum Thema „Künstliche Intelligenz“

Angaben in Prozent



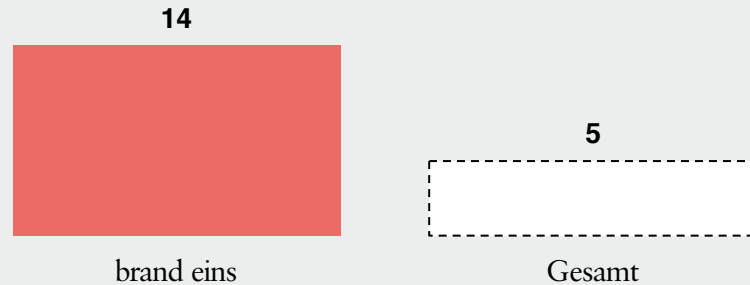
## Transformation

Deutlich über die Hälfte (59 %) der Leserschaft von brand eins ist fest davon überzeugt, dass KI unsere Gesellschaft grundlegend verändern wird. Wichtig dabei: Bei aller erwarteter Verbesserung durch die technologischen Möglichkeiten sitzen die brand eins Leserinnen und Leser gerne im Fahrersitz.

Intensiv nutzen? Ja.  
Selbst entscheiden? Auch.

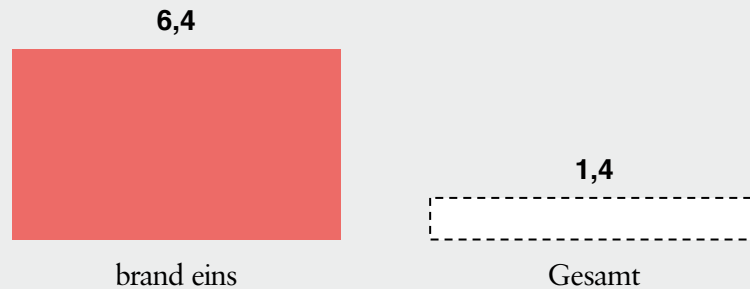
## Berufliches Fachgebiet

Computer, EDV, Informationstechnologie  
Angaben in Prozent



## Top-Profis

Computer, EDV, Informationstechnologie  
Angaben in Prozent



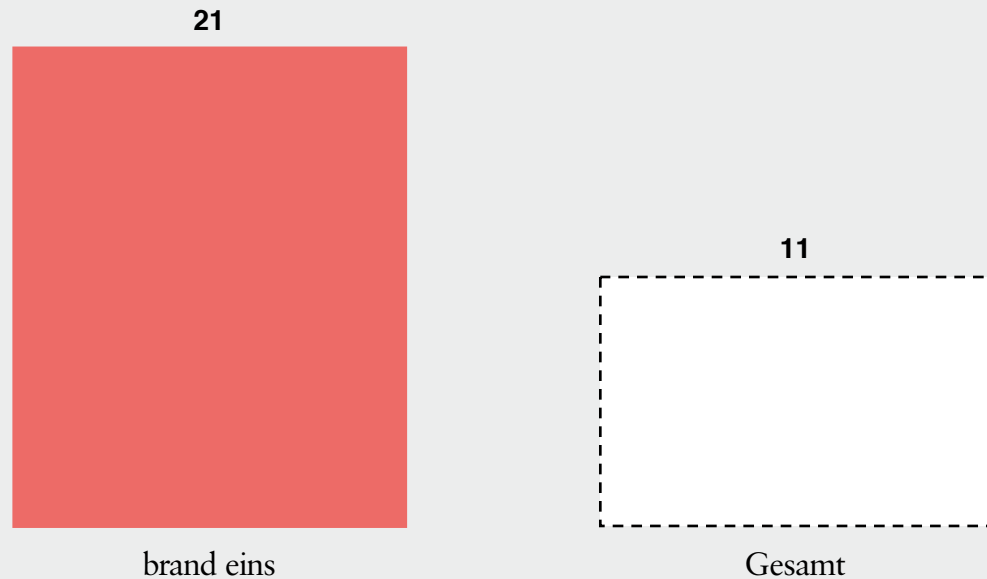
Index **457**

## Fachexpertise

brand eins Leserinnen und Leser sind nicht nur überdurchschnittlich häufig in der IT fachlich beschäftigt – die Dichte an Menschen, die als Top-Profis Technologien bewerten, empfehlen und oft mitentscheiden, ist in der Leserschaft von brand eins außergewöhnlich.

## TAPs: Technically advanced persons

Angaben in Prozent

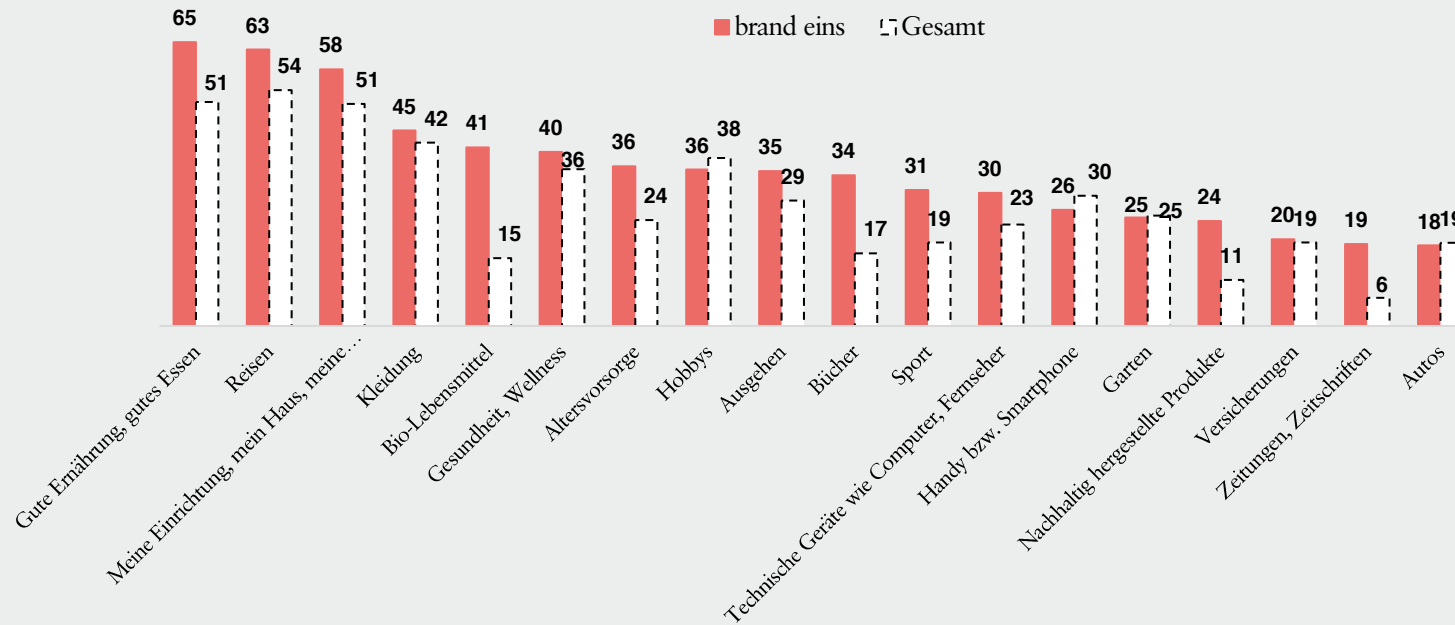


## Advanced

Mehr als jede/r Fünfte in der brand eins Leserschaft gehört zur Sonderzielgruppe der „Technically advanced persons“. Sie sind keine passiven Konsumenten, sondern berufliche Profis, die technologische Neuentwicklungen selbst in ihren Unternehmen treiben und KI bereits fest in ihre Wertschöpfungskette integriert haben.

# Hohe Ausgabebereitschaft

Angaben in Prozent



## Spendabel

Ob für die alltäglichen Dinge, für Reisen oder die Absicherung im Alter: In allen Bereichen des Lebens bringt die brand eins Leserschaft ihren gehobenen Anspruch und ihre Fähigkeit, sich diesen Anspruch leisten zu können, zum Ausdruck. Am meisten Geld geben brand eins Leser:innen für Reisen und gutes Essen aus.

brandeins

# Wir sollten reden.



**Norbert Böddecker**

*Mediaberatung (im Auftrag)*

040 / 32 33 16 51

[norbert\\_boeddecker@brandeins.de](mailto:norbert_boeddecker@brandeins.de)



**Christina Fichtinger**

*Mediaberatung (im Auftrag)*

040 / 32 33 16 43

[christina\\_fichtinger@brandeins.de](mailto:christina_fichtinger@brandeins.de)



**Stefanie Giese**

*Mediaberatung*

040 / 32 33 16 -83

[stefanie\\_giese@brandeins.de](mailto:stefanie_giese@brandeins.de)



**Helene Windolph**

*Disposition*

040 / 32 33 16 88

[helene\\_windolph@brandeins.de](mailto:helene_windolph@brandeins.de)

# brandeins

## Verlagsangaben

|                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Verlag</b>                      | brandeins Medien AG<br>Shanghaiallee 9,<br>20457 Hamburg, <a href="mailto:verlag@brandeins.de">verlag@brandeins.de</a><br>Telefon 040/32 33 16–70, Fax 040/32 33 16–80                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <b>Verantwortlich für Anzeigen</b> | Jan van Münster<br><a href="mailto:jan_vanmuenster@brandeins.de">jan_vanmuenster@brandeins.de</a><br>Telefon 040/32 33 16–73                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>Anzeigenberatung</b>            | Norbert Böddecker ( <i>im Auftrag</i> )<br><a href="mailto:norbert_boeddecker@brandeins.de">norbert_boeddecker@brandeins.de</a><br>Telefon 040/32 33 16–51<br><br>Christina Fichtinger ( <i>im Auftrag</i> )<br><a href="mailto:christina_fichtinger@brandeins.de">christina_fichtinger@brandeins.de</a><br>Telefon 040/32 33 16–43<br><br>Stefanie Giese<br><a href="mailto:stefanie_giese@brandeins.de">stefanie_giese@brandeins.de</a><br>Telefon 040/32 33 16–83 |
| <b>Anzeigen-Disposition</b>        | Helene Windolph<br><a href="mailto:helene_windolph@brandeins.de">helene_windolph@brandeins.de</a><br>Telefon 040/32 33 16–88                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |

|                            |                                                                                                                      |
|----------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Internet</b>            | <a href="http://www.brandeins.de">www.brandeins.de</a>                                                               |
| <b>Bankverbindung</b>      | GLS Gemeinschaftsbank e.G., Bochum<br>IBAN: DE04 4306 0967 2009 9845 00<br>BIC: GENODEM1GLS                          |
| <b>Zahlungsbedingungen</b> | 8 Tage nach Rechnungseingang mit 2% Skonto<br>oder 30 Tage netto<br><br>Gerichtsstand und Erfüllungsort ist Hamburg. |
| <b>AGB</b>                 | Unsere allgemeinen Geschäftsbedingungen<br>finden Sie <a href="#">hier</a>                                           |