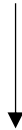
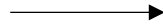


brand eins



Weitaus mehr als nur Zahlen



Andere Themen.

brand eins ist anders als die anderen Wirtschaftsmagazine. Jedes Heft hat seinen ganz eigenen Schwerpunkt, immer betrachtet aus einer ungewöhnlichen Perspektive. Titelgeschichten über einzelne Dax-Vorstände oder die neuesten Investment-Tipps überlässt brand eins anderen.

Dieser Ansatz drückt sich auch in den Covern aus, die mal provozieren, mal zum Schmunzeln und mal zum Nachdenken anregen. Aber eines nie sind: langweilig – oder wie die anderen.



Reportagen

Porträts

Perspektiven



Mehr als Zahlen.

Wirtschaft lebt von Menschen. Von Menschen, die ihren Job lieben und leben, von Menschen, die unter schwierigen Bedingungen Großes leisten und von Menschen, die Visionen haben und diese verwirklichen. Wirtschaft lebt somit von Dingen, die sich kaum in Zahlen ausdrücken lassen, von Dingen, die man erzählen muss. Dem wird brand eins gerecht. Indem es mehr zeigt als nur Zahlen. Mit spannenden Reportagen, tieferschürfenden Porträts und überraschenden Perspektiven.

Inhalte, die zu Nach- und Umdenken anregen, die Diskussionen anstoßen oder einfach nur überraschen. Inhalte, für die die Leser brand eins lieben.

Teja hat brand eins Foto geteilt.
6. Juli um 15:22 · 🌐

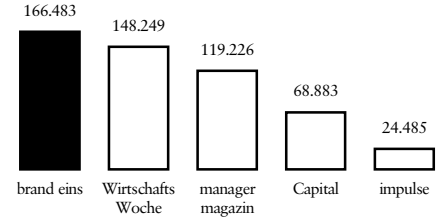
Habe ich schon gesagt, dass das brand eins-"Früher/Heute" zur Digitalisierung großartig ist?
Das brand eins-"Früher/Heute" zur Digitalisierung ist großartig!

Andrea · brand eins
26. Juni um 08:19 · 🌐

Ich empfehle den Artikel 'Der grosse Sprung' und 'Das naechste kleine Ding'. Der eine Artikel rückt den Hype ins rechte Licht und der zweite Artikel gibt einen guten Einblick in de angeblich tolle Welt der Fintechs. Unbedingt lesen!

Sybille
8. Juni · 🌐

Zwischendurch mal eine Lese....., ach nein: Hörempfehlung!
"Just Do It – Vier Geschichten von Leuten, die einfach machen"
Und doch ne Leseempfehlung: brand eins DAS Wirtschaftsmagazin!



FACEBOOK-FANS
Stand: 23.10.2018

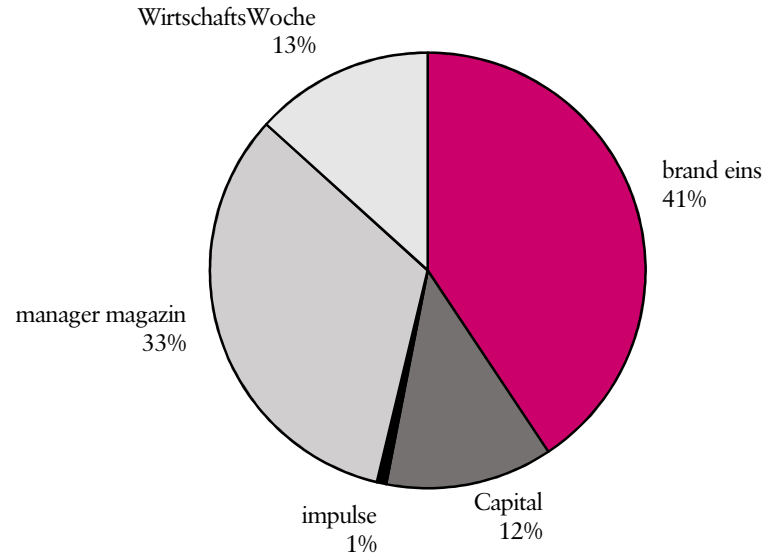
Fans. Nicht nur Leser.

brand eins wird von seinen Lesern geschätzt. Das beweisen auch die aktuellen Zahlen auf Facebook: mit über 166 Tausend Fans hat brand eins mit Abstand die erfolgreichste Facebook-Seite unter den Wirtschaftsmagazinen. Und die Rückmeldungen, die die Redaktion über diese Seite erhält zeigt: brand eins-Leser lieben ihr Magazin und teilen dies auch gerne mit.



Echte Leistung.

brand eins ist die Nummer 1 am Kiosk.

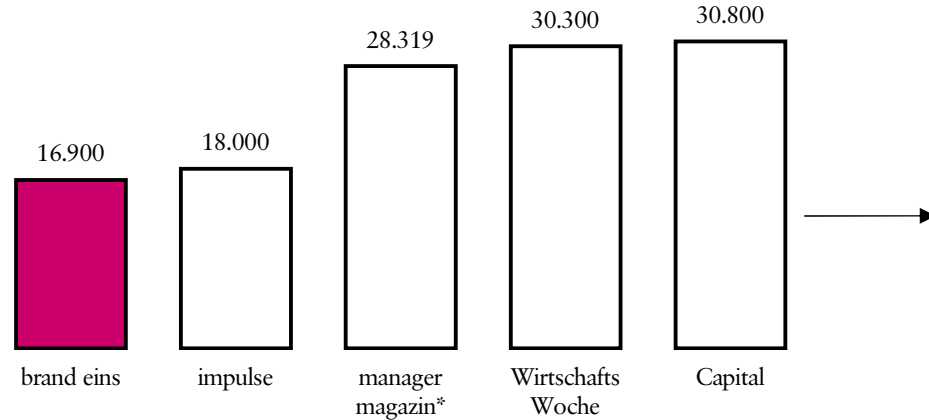


Marktführer

Mit 41 Prozent aller am Kiosk pro Erscheinungsintervall verkauften Wirtschaftsmagazine ist brand eins die Nummer 1. Kein anderes Wirtschaftsmagazin im Wettbewerbsumfeld verkauft pro Ausgabe so viele Hefte über diesen Weg.

Anteil am Einzelverkauf der führenden Wirtschaftsmagazine im Jahresdurchschnitt, IV/2017 – III/2018
Angaben in Prozent pro Erscheinungsintervall

brand eins ist bezahlbar.



Preis-Leistung

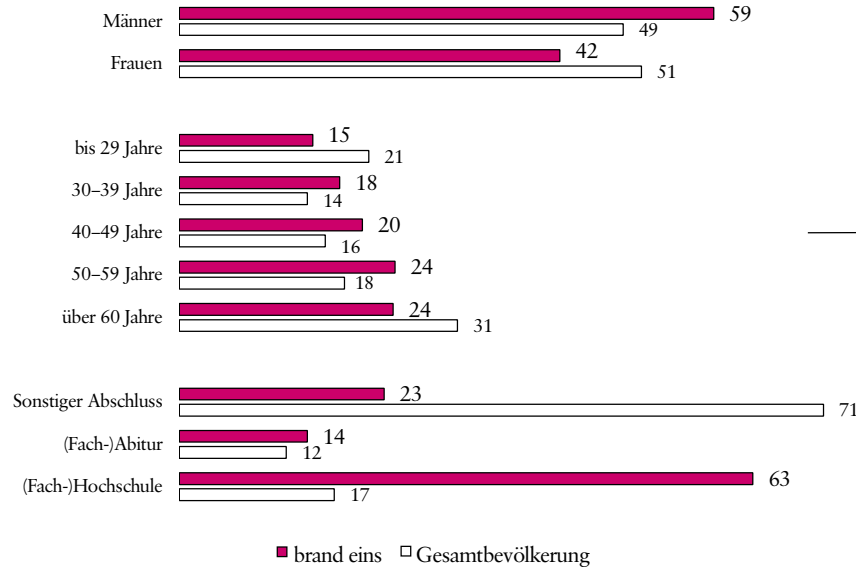
Mit 16.900 Euro für die 1/1 Seite 4c ist brand eins einer der günstigsten Titel im Wettbewerbsumfeld. Und auch der Tausend-Auflage-Preis** ist mit 222,39 Euro einer der niedrigsten in dieser Liga. brand eins bietet damit echte Leistung für einen guten Preis. Ein faires Angebot.

Anzeigenpreise 2018
1/1 Seite 4c brutto in Euro



Moderne Leser.

brand eins-Leser sind gebildet.

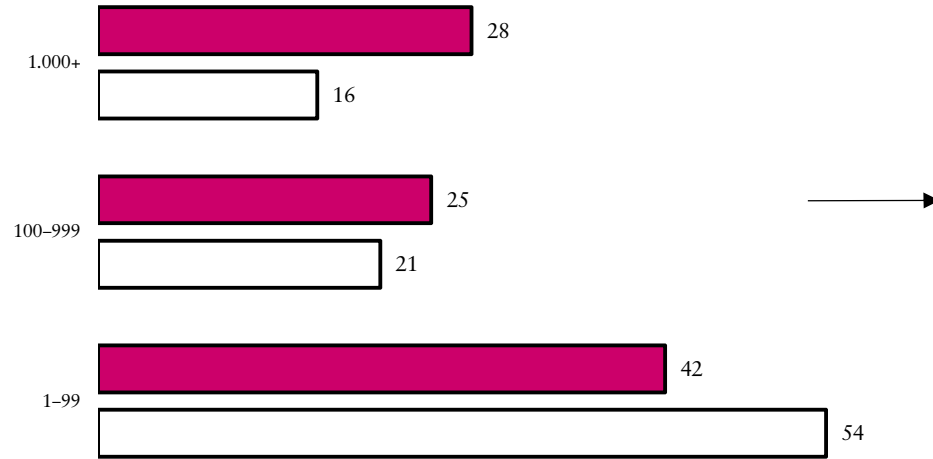


→ **Klug**

brand eins-Leser sind gebildet: Rund 60 Prozent von ihnen haben einen (Fach-)Hochschulabschluss. Im Vergleich zur Gesamtbevölkerung sind das 46 Prozentpunkte mehr.

Soziografie der brand eins-Leser: brand eins-Leser im Vergleich zur Gesamtbevölkerung
Angaben in Prozent

brand eins-Leser arbeiten in mittelgroßen Unternehmen.



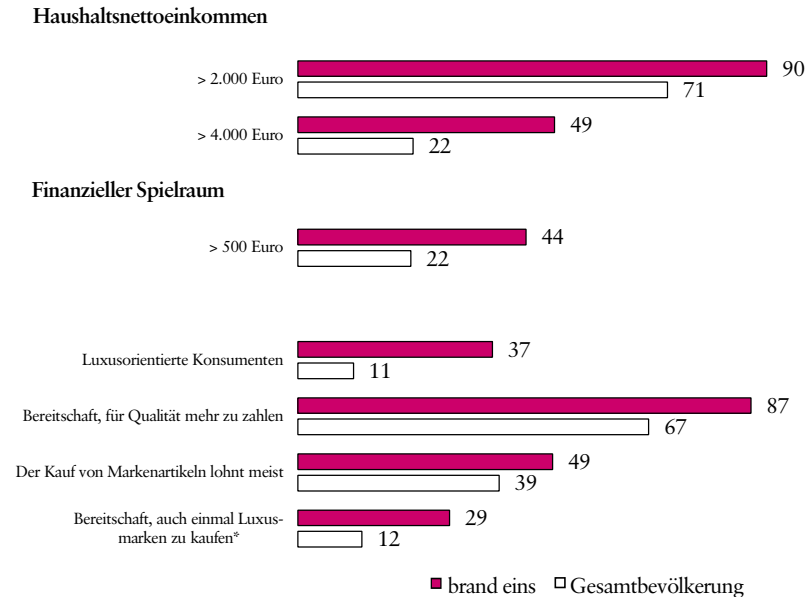
Professionals

Etwa die Hälfte der brand eins-Leser arbeitet in kleinen und mittelgroßen Unternehmen mit 1-99 Beschäftigten. Ein Drittel arbeitet in großen Unternehmen mit bis zu über 1000 Mitarbeitern.

Anzahl Beschäftigte im Unternehmen

Selbstständige, Freie Berufe, Leitende Angestellte: Zahl der Beschäftigte an der Arbeitsstätte: brand eins im Vergleich zu LAE gesamt
Basis: Gesamt, Angaben in Prozent

brand eins-Leser sind konsumstark.

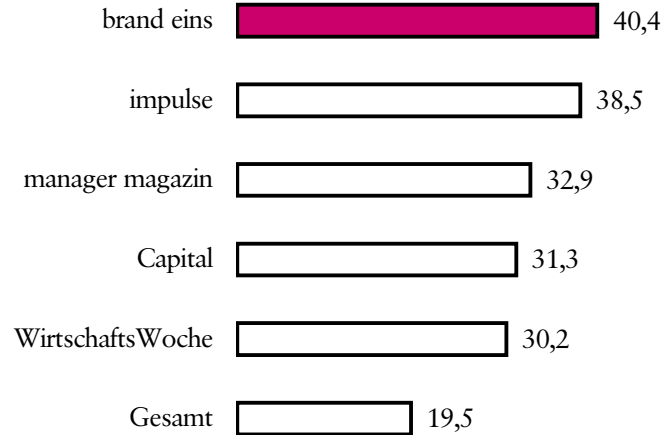


Wohlhabend

brand eins-Leser haben eine Vorliebe für Luxus und eine hohe Bereitschaft für Qualität mehr zu zahlen. Und das können sie sich leisten: Rund 49 Prozent verfügen über ein Haushaltsnettoeinkommen von 4.000 Euro oder mehr. Und fast jeder Zweite hat einen finanziellen Spielraum von 500 Euro oder mehr zur Verfügung.

Einkommen und Konsumverhalten der brand eins-Leser im Vergleich zur Gesamtbevölkerung
Angaben in Prozent

brand eins-Leser kaufen korrekt.

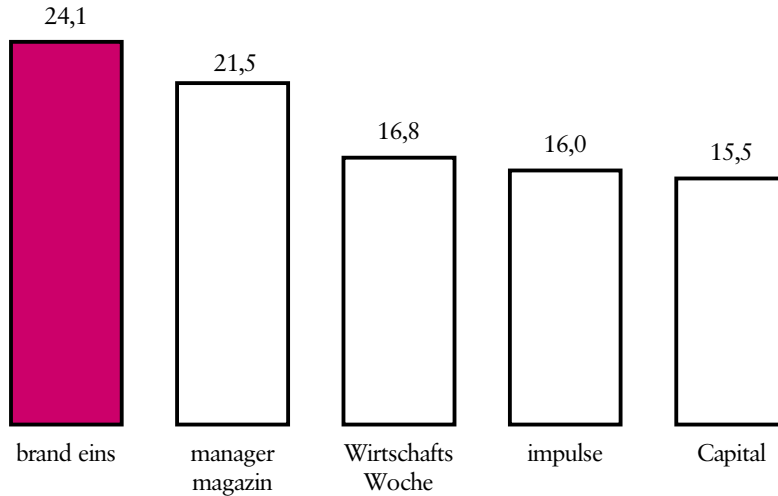


Gewissenhaft

brand eins-Leser konsumieren nicht kopflos: Im Vergleich zum Wettbewerbsumfeld hat brand eins die meisten Leser, die beim Einkauf darauf achten, dass sich die Produzenten sozial und ökologisch korrekt verhalten. brand eins-Leser sind also auf jeden Fall bewusste Konsumenten.

Personen, die beim Einkauf auf ökologisch angebaute Produkte achten
Angaben in Prozent

brand eins-Leser sind urban.

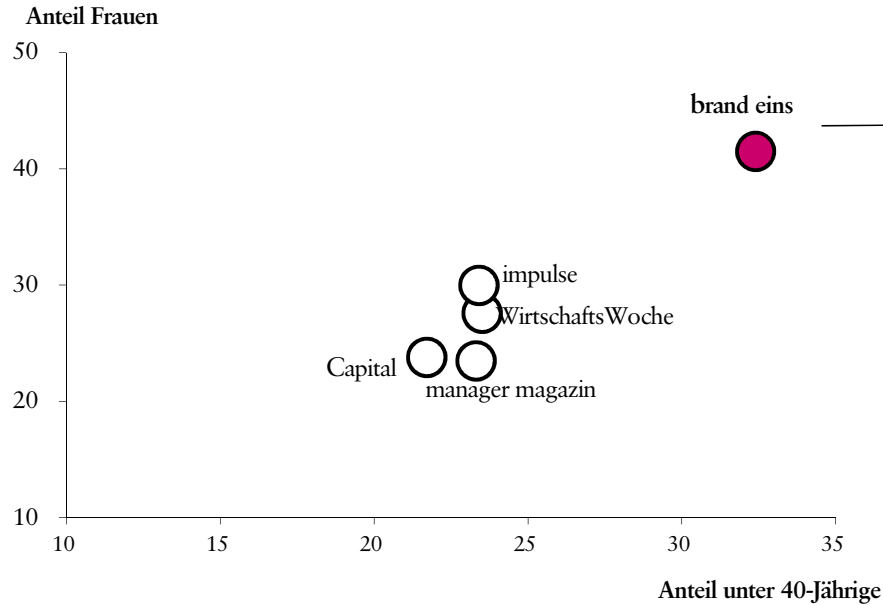


Urban Lifestyle

Rund 24 Prozent der brand eins-Leser leben einen urbanen Lebensstil – im Kern- und Verdichtungsbereich der deutschen Millionenstädte. Mitten im pulsierenden City-Life, weltgewandt und trendbewusst.

Anteil der Leser in Millionenstädten
BIK-Regionsgrößenklassen, Angaben in Prozent

brand eins macht Lust auf Wirtschaft.



Jünger

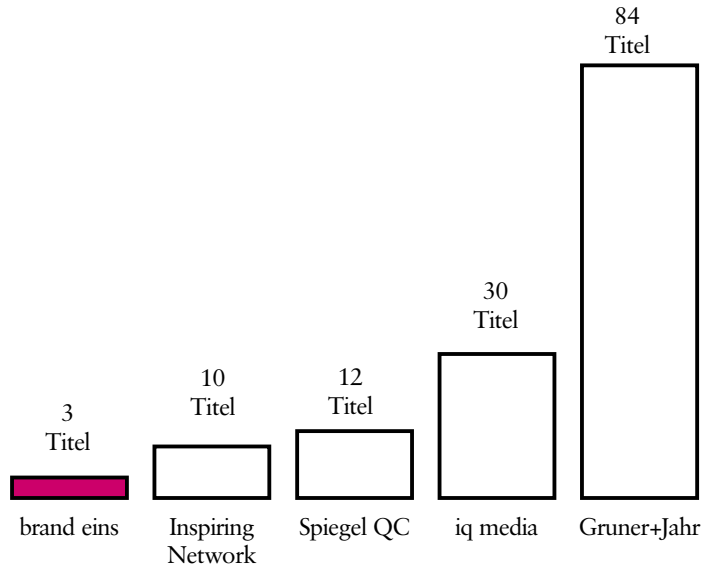
brand eins sucht in Wirtschaft, Gesellschaft und Kultur nach Anzeichen einer neuen Zeit, nach Menschen und Unternehmen, die sich der Zukunft stellen. Das macht Mut. Und inspiriert – vor allem auch eine jüngere und weibliche Zielgruppe, die in dem Maße nur von brand eins erreicht wird.

Leserschaftsanteile in Prozent



Einfaches Angebot.

brand eins setzt einen Fokus.



Einzigartig

brand eins publiziert das monatliche Wirtschaftsmagazin sowie den Branchenreport brand eins Thema und das monothematische Sammelwerk edition brand eins. Der exzellente Journalismus bestimmt die Qualität der Magazine – und das ist entscheidend für Leser und das Werbeumfeld.

Anzahl der Werbeträger der jeweiligen Vermarkter Oktober 2018

Ihre Ansprechpartner

Verlag

brand eins Medien AG
Speersort 1
20095 Hamburg
Postfach 10 19 26
20013 Hamburg
Tel. +49 40/32 33 16-70
Fax +49 40/32 33 16-80
verlag@brandeins.de
www.brandeins.de

Anzeigen und Vertrieb

Jan van Münster
jan_vanmuenster@brandeins.de
Tel. +49 40/32 33 16-73

Anzeigenassistentz

Helene Windolph
Helene_windolph@brandeins.de
Tel. +49 40/32 33 16-88

Anzeigenberatung

Anja Biester
anja_biester@brandeins.de
Tel. +49 40/32 33 16-78

Norbert Böddecker
norbert_boeddecker@brandeins.de
Tel. +49 40/32 33 16-51

Christina Fichtinger
christina_fichtinger@brandeins.de
Tel. +49 40/32 33 16-43

Stefanie Giese
stefanie_giese@brandeins.de
Tel. +49 40/32 33 16-83

Sabrina Kleinjohann
sabrina_kleinjohann@brandeins.de
Tel. +49 40/32 33 16-64