



Pressemitteilung

## **WirtschaftsWoche Markenkampagne**

**startet**

**große**

*Düsseldorf, 16.04.2007*

Die WirtschaftsWoche, Deutschlands großes, aktuelles Wirtschaftsmagazin, startet in dieser Woche eine neue, umfassende Markenkampagne. Verantwortliche Agentur ist Stammbetreuer Jung von Matt an der Spree. Das Kampagnenkonzept greift Elemente wie emotionale Bildsprache, den Einsatz überraschender Motivideen und das klare Branding vorangegangener, vielfach prämierter Kampagnen (u.a. Effie, ADC) für das Magazin auf und entwickelt sie evolutionär weiter. Fundament der Kommunikationsoffensive ist erneut der bekannte Claim „Nichts ist spannender als Wirtschaft“.

„Unser Claim ist heute aktueller und treffender denn je,“ erklärt Joachim Liebler, verantwortlicher Verlagsleiter der WirtschaftsWoche. „Er liefert uns den Rahmen, um mit einer emotionalen Kampagne, die auf Augenhöhe mit den Entscheidern kommuniziert, die Führungsrolle der WirtschaftsWoche zu unterstreichen.“

Die integrierte Kampagne, die von Print, über Outdoor, TV und Online bis hin zur Fachwerbung reicht, startet mit sechs Printmotiven, die in reichweitenstarken Titeln wie Spiegel, Focus, Handelsblatt, Frankfurter Allgemeine Zeitung und Süddeutsche Zeitung geschaltet werden (siehe Beispiele im Anhang). Insgesamt werden in diesem Jahr rund ein Dutzend unterschiedlicher Motive in Print zu sehen sein. Der auf Markenwerbung fokussierte TV-Spot startet Anfang Mai. Im selben Monat gehen darüber hinaus Spots on air, die die jeweiligen aktuellen Titel des Magazins in den Mittelpunkt stellen.

„Unsere Intention ist es, die Vielfalt der Wirtschaft in enger Verbindung mit der Entscheidungskompetenz der WirtschaftsWoche involvierend darzustellen,“ sagt Cornelia Scheja, verantwortliche Werbeleiterin der WirtschaftsWoche. „Die Motive sind sowohl in der Gestaltung als auch im Text so kreiert, dass die Spannung und die Bedeutung

des Themas Wirtschaft aus verschiedenen Blickwinkeln ganz klar kommuniziert werden.“

Verantwortlich:

WirtschaftsWoche: Joachim Liebler (Verlagsleitung)  
Cornelia Scheja (Werbeleitung)

Jung von Matt an der Spree: GF Kreation: Mathias Stiller, Wolfgang Schneider  
CD: Lennart Witting (Text), Florian Kitzing (Art)  
Beratung: Frank Lotze (GF), Ralf Daniels, Till Hopf

Fotograf: Kerstin zu Pan, Berlin

Produktion: Grand Hotel Pictures GmbH, Berlin

Die **WirtschaftsWoche** ist mit über 840.000 Leserinnen und Lesern das große aktuelle Wirtschaftsmagazin für Entscheider in Deutschland. Jede Woche analysieren rund 100 Experten in Deutschland und rund um die Welt die wichtigsten Entwicklungen in Politik und Weltwirtschaft, Unternehmen und Branchen, Technik und Wissen, Beruf und Management sowie Börse und Geldanlage.

**Kontakt:**

Cornelia Scheja  
0211/8871080  
c.scheja@vhb.de