

Artikel: Schwerpunkt Wirtschaftsmedien

erschienen in: W&V März 2008

Titel: IHK. Die unterschätzte Medienmacht

Trost und Rat

Zum Vergnügen liest sie fast keiner, aber beruflich gehören sie zur Pflichtlektüre: Mittelständler schätzen die **IHK-Magazine** als kompetentes und hilfreiches Medium.

Der deutsche Unternehmer hat es nicht leicht. Umzingelt von Know-how-Dieben (auch im ICE!), unfähigen Politikern (Mindestlohn!), steigenden Personalkosten (Jetzt auch schon in China!) und immer dümmere Berufsanfängern (Qualifikationsniveau sinkt!) bekommt manch gestandener Mittelständler weiche Knie und kalte Füße. Trost und Rat sind gefragt, beides spendet die IHK in mittlerweile wohlgeratene Magazine verpackt. Insgesamt 73 davon gibt es in Deutschland. Verbreitet in einer monatlichen Auflage von rund 2,5 Millionen Exemplaren, theoretisch ein eigenes für jeden der 2,45 Millionen mittelständischen Entscheider. Die einzelnen Auflagen reichen von 3500 (Bremerhaven) bis zu deutlich über 100.000 (Köln, München, Nürnberg).

Die Chancen, dass sie gelesen werden, stehen nicht schlecht. Verbandszeitschriften zählen gewöhnlich nicht gera-

de zur glamourösesten Spezies des Mediums, was Aufmachung und journalistische Raffinesse betrifft, aber die Blätter, die sich mit so bescheidenen Titeln wie *Unsere Wirtschaft*, *Faktor Wirtschaft* oder *Bayerisch-schwäbische Wirtschaft* schmücken, können sich neben der etablierten Wirtschaftspresse ohne weiteres sehen lassen. Vom Layout her, und von der Nutzwertigkeit erst recht.

Dahinter steckt erkennbar Arbeit. „Die Kammern haben sehr intensiv an der Qualität der Zeitschriften gearbeitet“, bestätigt Gerald Beranek, Geschäftsführender Vorstand der IHK-Zeitschriften eG, wobei sich die einzelnen Titel, die im jeweiligen Kammerbezirk an die Betriebe der Produktions-, Handels- und Dienstleistungsbranchen verteilt werden, einen durchaus eigenständigen Auftritt leisten. Am Kiosk wäre die Verwechslungsgefahr weitaus geringer als etwa bei Frauenzeitschriften. „Es gibt zwar

Jeder zweite Entscheider aus dem Mittelstand greift zum IHK-Magazin

einen CI-Vorschlag des IHK-Tags in Berlin“, sagt Beranek, „aber den setzen die Kammern mehr oder weniger angepasst an die eigenen Bedürfnisse um“. Ein regelmäßiger Informationsdienst des IHK-Tags versorgt – unverbindlich – die einzelnen Redaktionen mit überregionalen Themen.

Mit dem nicht ganz unberechtigten Verdacht, dass das Licht der Publikationen unter einem blickdichten Scheffel stehe, hat der Deutsche Industrie- und Handelskammertag DIHK von Emnid über 3000 Mittelständler nach ihren Lesegewohnheiten befragen lassen.

Seitdem weiß man, was der Chef liest. Knapp jeder zweite (45 Prozent) greift tatsächlich zur IHK-Zeitschrift. Die Reichweiten aller anderen Zeitungen und Zeitschriften in dieser Zielgruppe fallen deutlich geringer aus. Die LAE-Spitzenreiter *Focus* und *Spiegel* zusammen kommen auf rund 42 Prozent, auch die fünf nächstgrößten Wirtschaftstitel erreichen gemeinsam nicht die Leserschaft der IHK-Zeitschriften.

Das mag natürlich auch daran liegen, dass die Blätter in der Pole-Position landen, auf den Schreibtischen von Unternehmern, Geschäftsführern und leitenden Angestellten, erklärt aber noch nicht, weshalb etwa die Hälfte der Entscheider die Magazine zur „Pflichtlektüre“ geadelt hat. „Der Beratungsbedarf der mittelständischen Unternehmer nimmt deutlich zu“, weiß Geschäftsführer Beranek. „Aufgrund der immer schwierigeren wirtschaftlichen Lage und der wachsenden Komplexität, gerade infolge Internationalisierung und Europäisierung, wird häufiger zu den IHK-Zeitschriften gegriffen.“

Jetzt müssen nur noch mehr Anzeigenkunden begreifen, wie wertvoll ein lesender Mittelständler wirklich ist. Denn die IHK-Titel leben ausschließlich vom Anzeigenverkauf.

Hans Schmidt ✉ specials@wuv.de



SCHREIBTISCHLEKTÜRE		
Reichweite bei mittelständischen Entscheidern		
	in Prozent	Leser/ Ausgabe
FAZ	6,5	178 100
Manager-Magazin	7,0	191 800
Süddt. Zeitung	7,5	205 500
Wirtschaftswoche	7,5	205 500
Impulse	10,6	290 440
Creditreform	11,2	306 880
Stern	18,6	509 640
Focus	20,9	572 660
Der Spiegel	21,5	589 100
IHK-Zeitschriften	45,1	124 Mio.

Quelle: Reichweitenstudie Entscheider im Mittelstand 2007. © WUV

Hauptsache Wirtschaft Die IHK-Magazine greifen das Thema in allen Facetten auf. Das zeigt schon die abwechslungsreiche Titelgestaltung.

Fotos: Steffi Schmidt