

# 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

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](mailto:specials@wuv.de)

## Jeder zweite Entscheider aus dem Mittelstand greift zum IHK-Magazin

### 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