

## PRESSEMITTEILUNG

### **Bewusste Konsumenten als Leitmotiv**

#### **An wen die „enorm“-Redaktion bei der Heftentwicklung gedacht hat / Themenumfeld für Unternehmen aus den Bereichen Automobil, Finanzen, Energie und FMCG relevant**

Hamburg, 15. März 2010 - „enorm – Wirtschaft für den Menschen“ heißt das neue Wirtschaftsmagazin, das im Kern den Gedanken von Social Business und Social Entrepreneurship trägt, also die Versöhnung von Wirtschaft, Sozialem und Ökologie. Seine Leser will der Titel sowohl in beruflichem wie auch in privatem Kontext ansprechen und ihnen Inspiration und Orientierung auf dem Weg in eine Zukunft bieten, in der Wohlstand der Menschheit zentraler Faktor von wirtschaftlichen Prozessen ist.

Die Redaktion hatte bei der Entwicklung des Titels eine männliche wie weibliche Leserschaft mit überwiegend akademischen Background im Blick. Menschen mittleren Alters, die bereits einen Teil ihres Lebensweges zurück gelegt und eine Familie gegründet haben oder kurz davor stehen. Gehobene Angestellte, Freiberufler und Selbstständige, die angesichts ihrer Position und ihres Bildungshintergrunds über ein überdurchschnittliches Haushaltseinkommen verfügen. Die einen lebensbejahenden und materiell gesicherten Lebensstil führen und sich ihres Einflusses als Konsumenten bewusst sind.

Ihnen ist es wichtig, mit ihren Kaufentscheidungen Zeichen zu setzen und zum Erfolg nachhaltiger Produkte beizutragen. Die Werthaltung dahinter bringen sie mit ihrem Lifestyle, den entsprechenden Marken und Produkten offen zum Ausdruck. Das gilt auch für Leser, die „enorm“ in ihrem beruflichen Umfeld erreichen will - in den Geschäftsführungen und CSR-Abteilungen der Unternehmen sowie in Verbänden, Organisationen, NGOs, Bundesausschüssen und Stiftungen.

Mit seinem thematischen Umfeld kommt „enorm“ als Plattform für Inserenten in Betracht, die Prozesse im Sinne der Nachhaltigkeit ausrichten bzw. Produkte und Dienstleistungen anbieten, die ökologisch oder sozial begründet sind. „Wir wenden uns im Inserentenmarkt besonders an Branchen wie Automobil, Finanzen, Energie und FMCG“, erklärt „enorm“-Verlagsgeschäftsführer Alexander Dorn. Zahlende Kunden der ersten Ausgabe sind BMW, VW, Hypovereinsbank, Baufritz und MPC Capital. Dorn: „Über das Vertrauen zum Start haben wir uns sehr gefreut – auch der tolle Vorausbuchungsstand für die folgenden Ausgaben bestätigt uns in der Annahme, dass das Thema nicht nur Nischenanbieter bewegt sondern in den Marketingabteilungen und Führungsetagen der Großkonzerne ankommt.“ Um diesen wachsenden Markt auch künftig optimal erschließen zu können, solle im Laufe des Jahres ein eigenes Vermarktungsnetzwerk aufgebaut werden.

Die nachfolgenden Ausgaben erscheinen am 10.06. (#2/10, Anzeigenschluss am 10.05.10), 09.09. (#3/10, AS 09.08.10) und 11.11. (#4/10, AS 11.10.10) mit einer Druckauflage von 80.000 Exemplaren. „enorm“ bietet eine 1/1 Seite zum Preis von 11.900 Euro an, bis 10.05. gilt ein Einführungsrabatt von 10 Prozent. Weitere Informationen unter Tel. 040/88 88 57 61 oder per Mail an [anzeigen@enorm-magazin.de](mailto:anzeigen@enorm-magazin.de).

Für Rückfragen:

Frank Plümer | Pressesprecher „enorm“ | c/o plümer)communications  
Tel. 040 35 70 13 50 | E-Mail: [presse@enorm-magazin.de](mailto:presse@enorm-magazin.de)