WIRTSCHAFTSJUNIOREN DEUTSCHLAND

# Mediadaten

## FORMATE

**Ganze Seite**

210 x 280 mm

**Halbe Seite quer**

210 x 140 mm

Anzeigenpreise auf Anfrage

## KONTAKT

**Kerkerdruck GmbH**

Ansprechpartner Jonas Kerker

Hans-Geiger-Str. 4
67661 Kaiserslautern

Telefon +49 (0) 6301 798 70
Fax +49 (0) 6301 798 729
Mail j.kerker@kerkerdruck.de

**www.kerkerdruck.de**

### Wer ist die Kerker Druck GmbH eigentlich?

Die Kerker Druck GmbH ist eine familiengeführte Offsetdruckerei, deren Produktionsstätten in Kaiserslautern RLP sitzen www.kerkerdruck.de. Sie ist für die Akquise, den Druck und die Vermarktung des WJD Magazins in ganz Deutschland zuständig.

Dabei setzen wir die Wichtigkeit auf klare und gelungene Darstellung der Anzeigen unserer Werbepartner im Magazin.

### Was macht und was sind die Wirtschaftsjunioren ?

Die Wirtschaftsjunioren Deutschland (WJD) sind mehr als 10.000 Unternehmer und Führungskräfte unter 40 Jahren. Die Wirtschaftsjunioren sind global vernetzt und als größtes Netzwerk junger Wirtschaft in Deutschland mit rund 210 Mitgliedskreisen vor Ort präsent. Zusammen verantworten die Wirtschaftsjunioren rund 300.000 Arbeitsplätze, 35.000 Ausbildungsplätze und mehr als 120 Milliarden Euro Umsatz.

### Welchen Nutzen hat der Werbepartner im Magazin und wie ist das Magazin aufgebaut?

Die Anzeige ist nicht eine von vielen sondern eine der wenigen im Magazin und daher sehr exklusiv platziert.

Sie profitieren von dem Netzwerk- Strahlkraft der WJD und den ansprechenden Themen im Wirtschaftbereich Deutschland.

Das WJD-Magazin „Junge Wirtschaft“ ist 44 Seiten stark und beinhaltet fünf Exklusiv-Anzeigen für Werbepartner. Durch sehr ausgewählte und branchenpassende Werbepartner schaffen wir Klarheit im Magazin. Die gezielte Platzierung der Anzeigen ist daher sehr effektiv und kommt bei den Lesern an. Es erscheint – im Abstand von drei Monaten – viermal im Jahr und wird an 10.000 fundierende Adressen per Presseversand in ganz Deutschland/Europa versendet.

### Junge Wirtschaft 2022 Redaktionskalender

**Ausgabe 1: Ich** (Redaktionsschluss 4. Februar)

„Ich bin Unternehmer, ich arbeite selbst und ständig“. Was vor Kurzem noch ein beliebter Schenkelklopfer war, ist heute verpönt. Denn jetzt wissen wir es ja besser: Selfcare ist das Zauberwort. Nur leider ist nicht so ganz klar, wer dieses „Self“ eigentlich ist.

**Ausgabe 2: Du** (Redaktionsschluss 6. Mai)

Zielgruppe, Gegenüber, Sparrings-Partner: Wir sind von Dus umgeben. Jeden Tag treten wir mehrfach in den Dialog mit sichtbaren und unsichtbaren Menschen. Was müssen wir beachten, damit der Dialog gelingt? Ach, und wie ging das nochmal mit dieser Empathie?

**Ausgabe 3: Er, sie, es** (Redaktionsschluss 5. August)

Menschen, Tiere, Sensationen! Auf Safari im Dschungel der Vielfalt, im Galopp Richtung Zukunft. Huch, hier sind ja alle ganz unterschiedlich! Wie gehen wir damit um? Oder sollten wir lieber fragen: Wie machen wir Unterschiedlichkeit zu unserer Superkraft?

**Ausgabe 4: Wir** (Redaktionsschluss 4. November)

Gemeinsam heißt das Zauberwort. Hier wird zusammengezimmert, was zusammengehört. Spannend wird es dann, wenn viele Ichs nicht so richtig zu einem großen Wir werden wollen. Kann man das dann noch retten – oder muss das weg?

kerker

Vertrieb und Druck durch