



PRESSEINFORMATION

iq digital mit „The Real Impact“-Award beim Horizont Werbewirkungsgipfel ausgezeichnet

- **Gemeinsame Auszeichnung von iq digital, iq media und REPUBLIC für die Studie „Reputation Impact 2 – the Synergy Effect (RISE)“ beim Horizont Werbewirkungsgipfel am 08. September 2026**
- **Die Studie belegt: Werbung in journalistischen Qualitätsumfeldern wirkt stärker, nachhaltiger und baut sich sogar über mehrere Kontakte hinweg auf**

Düsseldorf, 09. September 2026. iq digital, iq media und REPUBLIC sind am Abend des 08. September 2026 bei der Preisverleihung des Horizont Werbewirkungsgipfels mit dem „The Real Impact“-Award ausgezeichnet worden. Die Auszeichnung gilt der gemeinsam in Auftrag gegebenen Studie „Reputation Impact 2 – the Synergy Effect (RISE)“, die neue Maßstäbe für das Verständnis von nachhaltiger Werbewirkung in journalistischen Qualitätsumfeldern setzt.

Der HORIZONT Award „The Real Impact“-Award zeichnet Studien aus, die einen nachweisbaren und praxisrelevanten Beitrag zur Werbewirkungsforschung in Deutschland leisten – indem sie aufzeigen, wie Werbemaßnahmen messbar zum Kommunikationsziel beitragen. Die zwölfköpfige Jury des Awards unter dem Vorsitz von Dirk Engel bewertet die eingereichten Studien anhand von fünf Kriterien: der Qualität und Validität des Forschungsdesigns sowie der methodischen Umsetzung, der Transparenz von Design und Daten, dem Innovationsgrad des Ansatzes, der praktischen Relevanz für die Werbewirkungsforschung in Deutschland und der Kontinuität der Studie.

Dazu Steffen Bax, Geschäftsführer der iq digital: „Diese Auszeichnung bestätigt, was wir mit RISE wissenschaftlich nachgewiesen haben: Kontext ist kein weicher Faktor, sondern ein zentraler Wirkungshebel. Wer Kampagnen in journalistischen Qualitätsumfeldern platziert, investiert nicht nur in Reichweite, sondern in nachhaltige Markenwirkung.“



Die Studie untersucht, wie sich Werbewirkung über mehrere Kontaktzeitpunkte hinweg entwickelt. Im Mittelpunkt steht die Frage, ob und wie frühere Werbekontakte die Wirkungen späterer Kontakte beeinflussen – und welche Rolle das jeweilige Medienumfeld sowie das gewählte Format dabei spielen. Die Ergebnisse sind eindeutig: In hochwertigen, reputationsstarken Qualitätsumfeldern bauen Werbeeffekte aufeinander auf. Frühere Kontakte verstärken die Wirkung späterer Kontakte – ein Mechanismus, den die Studie als „RISE-Effekt“ beschreibt. In kontextarmen oder ungebrandeten Umfeldern bleibt dieser Effekt aus. Besonders deutlich fallen die Ergebnisse aus, wenn Display-Werbung mit digitalem Storytelling und/oder Printkontakten kombiniert wird - die Einstellung zum Werbemittel und die Kaufabsicht steigen um bis zu neun Prozent.

Untersucht wurden die Medien der REPUBLIC (Frankfurter Allgemeine Zeitung und Süddeutsche Zeitung) sowie das erweiterte Portfolio der Vermarkter iq media und iq digital mit Titeln wie Handelsblatt, DIE ZEIT und DER SPIEGEL.

Über iq digital:

Die iq digital media marketing GmbH ist der exklusive Vermarkter für Leitmedien in Deutschland. Das Portfolio umfasst hochkarätige Medien in den Bereichen General News, Wirtschaft & Finanzen, Fachmedien und Millennials. Websites wie DER SPIEGEL, FAZ.NET, Handelsblatt Online, SZ.de, WirtschaftsWoche Online, manager magazin, Harvard Business Manager und Der Tagesspiegel informieren Entscheider täglich über alle relevanten Themen. Die iq digital mit Sitz in Düsseldorf steht als Gemeinschaftsunternehmen von FAZ Verlag, Handelsblatt Media Group, Süddeutsche Zeitung Verlag und dem ZEIT Verlag sowohl für hohe Reichweiten in den Bereichen News und Wirtschaft als auch für Special-Interest-Angebote zur Ansprache spitzer Zielgruppen. Mit einer digitalen Gesamtreichweite von 32,9 Mio.* Digital Unique Usern ist iq digital einer der führenden Vermarkter für digitale Qualitätsmedien und Mediabrands.

*Quelle: agma DNA, Nettoreichweite / Februar 2025

Pressekontakt:

Simone Lopez Sanchez
Head of PR & Communications
simone.lopezsanchez@iqdigital.de