

sheconomy

Relaunch von Sheconomy: Change for Impact

Die Medienmarke für weibliche Wirtschaftskraft präsentiert sich als 360°-Lovebrand in neuem Look und mit frischen Themen.

- Relaunch der 2018 gegründeten Medienmarke Sheconomy durch die Wiener Agentur HFA und Art Director Pauline Metges (ehem. Madame, Cosmopolitan)
- Neue Rubriken: Female Health, Mobility und politische Themen
- 360°-Lovebrand
- Female Force als treibende Wirtschaftskraft

Wien/München, April 2025. Neues Design. frische Rubriken. Relevante Themen: Sheconomy, die führende Medienplattform für Frauen in der Wirtschaft, startet mit einem umfassenden Relaunch in eine neue Ära – modern, meinungsstark, mit klarer Kante und noch mehr Impact. Der Look: elegant und kraftvoll. Die Inhalte: Erfolg, Geld, Politik, Health, Mobility und Business-Lifestyle um Themen wie Female Health, Mobility, auch Politics. Die Mission: Female Force als treibende Wirtschaftskraft in der Transformation befeuern.

Der nächste Schritt zum Erfolg: Change

Mit dem Leitsatz „shaping the future“ geht Sheconomy konsequent den nächsten Schritt – inhaltlich, visuell und strategisch. In Zusammenarbeit mit der Wiener Agentur für Branddesign HFA-Studio wurde die Marke von Grund auf neu gedacht: Das Ergebnis ist ein Look & Feel, das modern, elegant, seriös und zugleich erfrischend neu ist. Eine visuelle Identität, die Klarheit schafft und Selbstbewusstsein ausstrahlt.

„Mit der Relaunch-Ausgabe heben wir Sheconomy aufs nächste Level“, so Chefredakteurin Lara Gonschorowski, die mit ihrem Core-Team aus ihrer Cosmopolitan-Zeit, Art Director Pauline Metges und Managing Editor Sinah Hoffmann, an Bord der Medienmarke gegangen ist. „Art Director Pauline Metges hat ein starkes Editorial Design entwickelt, das Themen optisch den Impact gibt, den sie verdienen. Inhaltlich dreht sich natürlich nach wie vor alles um Wirtschaft, wird allerdings um neue, zeitgeistige Ressorts wie Female Health, Mobility und, ja, auch mal um politische Themen ergänzt – damit Sheconomy die Relevanz auch in Deutschland bekommt, die die Marke verdient. Der Anspruch an Qualitätsjournalismus bleibt selbstverständlich unverändert hoch, unsere Autor:innenstimmen werden aber lauter und deutlicher.“ Mit diesem Schritt wird

Sheconomy die Relevanz auch in Deutschland bekommen, die die Marke verdient.

Female Force als Wirtschaftskraft

Sheconomy versteht sich als Medienökosystem für Menschen, die Wirtschaft neu denken. Seit der Gründung 2018 zeigt das Magazin Perspektiven auf, die in der klassischen Wirtschaftskommunikation zu oft fehlen – weiblich, vielfältig, zukunftsgerichtet. Die Mission bleibt: Erfolge zeigen, Impact schaffen, Orientierung geben.

Mit dem Relaunch kommen aber nicht nur neue Themen, sondern auch neue Erfolgscodes. Sheconomy adressiert eine Zielgruppe, die den Faktor Frau längst nicht mehr als „Add-on“, sondern als entscheidenden Wirtschaftstreiber für Innovation, Digitalisierung und Nachhaltigkeit erkennt. „Der Markenrelaunch ist erst der Anfang einer aufregenden Reise dieser Lovebrand. Sheconomy liebt nämlich zurück“, so Kristin Hanusch-Linser, geschäftsführende Herausgeberin von Sheconomy.

Das Launch-Event

Der offizielle Launch der neuen Sheconomy-Ausgabe wurde als Teil der Eventreihe she sustains, die sich nachhaltiger weiblicher Wirtschaftskraft widmet, am 8. April im inspirierenden Rahmen des Mini Pavillon in München gefeiert. Zahlreiche Persönlichkeiten aus Wirtschaft, Medien, Politik und Innovation folgten der Einladung zur Präsentation.

Das Event startete mit einem Cover Talk zwischen Sheconomy Chefredakteurin Lara Gonschorowski und Alicia Lindner, Co-CEO des Naturkosmetikunternehmens Annemarie Börlind. Ein weiteres Highlight des Abends war das Panelgespräch zum Thema „Female Force & Transformation“, besetzt mit führenden Stimmen aus unterschiedlichen Branchen: Stefanie Lischka, Founder & Creative Producer Wristbanditz, Christiane Wolff, Managing Director PMMG Group, Ruth Moss, Head of Sustainability CRIF, und Janka Stöwahse, Director PwC.

Unter den Gästen:

Julia Jokisch, Breuninger, Sabine Ringel und Cypselus von Frankenberg, BMW, Svenja Lassen, Female Investors Network, Katharina Eberle, Bayerisches Staatsministerium für Familie, Arbeit und Soziales, Abigail Gooren, Allianz SE, Susanne Hennigers, Messe München, Sara Ködel, Philip Morris GmbH, Christine Flath, PwC, Stefanie Franz, Dr. Grandel, Anina Goergens und Kim Zimmermann, Swarovski, Magdalena Rogl, Microsoft, Anette Lippert, Leading Mothers, Alice Buchsbaum, Rosewood Hotels, Carmen Köhler, Österreichisches Weltraum Forum, Suzanna Randall, private Initiative "die erste deutsche Astronautin", und viele mehr.

Über Sheconomy

Sheconomy ist seit der Gründung 2018 die führende Medienplattform für weibliche Wirtschaftskraft im deutschsprachigen Raum. Sheconomy hat sich aktiv dem positiven und nachhaltigen Wirtschaftswandel verschrieben und richtet sich an eine Change-

affine Zielgruppe, die mitten im Wirtschaftsleben steht und den Faktor Frau und Diversity als Wirtschaftstreiber für Innovation, Digitalisierung und ESG/CSR versteht. 2024 wurde Sheconomy mit dem IHK-Preis für Wirtschaftsjournalismus „Ernst Schneider“ für besondere publizistische Leistungen über Wirtschaftsthemen ausgezeichnet.

Bildmaterial:

- Cover
- 0075: Lara Gonschorowski und Alicia Lindner © leadersnet/Ralf Kruse
- 132: Sheconomy Herausgeberin und Geschäftsführerin Kristin Hanusch-Linser © leadersnet/Ralf Kruse
- 596: Panel (Stefanie Lischka, Christiane Wolff, Ruth Moss und Janka Stöwahse) mit Sheconomy Chefredakteurin Lara Gonschorowski (2.v.r.) und Alicia Lindner
- © leadersnet/Ralf Kruse

- Porträt Lara Gonschorowski © Amelie Niederbuchner

- Porträt Kristin Hanusch-Linser © Sabine Hauswirth

- Galerie zum Download:

<https://drive.google.com/drive/folders/1jrHbEakmiog8wzF9X9ocEE2qpLpJ3Tlp?usp=sharing>

© leadersnet/Ralf Kruse

Pressekontakt:

Julia Emma Weninger

Head of Digital Marketing

julia.weninger@sheconomy.media

+43 664 4113030