

05.08.2020 - 10:40 Uhr

SCHÖNER WOHNEN launcht das Extra-Heft **WORKLIFE** sowie einen digitalen Bereich zum Thema "Neues Arbeiten" und wächst im Jubiläumsjahr auf allen Kanälen

## NEUE ARBEITSWELTEN 52 SEITEN EXTRA-HEFT

# WORK LIFE

**TIPPS  
FÜRS  
HOME-  
OFFICE**

KÖNNEN VIEL – UND  
AUCH SPITZE AUSSEHEN:  
**SCHREIBTISCHSTÜHLE**

**BESSERE RÄUME  
FÜR GUTE IDEEN**

*Wie Architektur und Einrichtung  
Arbeitsatmosphäre schaffen*

Ein Special von

**SCHÖNER  
WOHNEN + HÄUSER**

**BUNT DENKEN**

*Adieu, Bürotristesse,  
hallo, Farbe!*



Hamburg (ots) -

SCHÖNER WOHNEN hat dieses Jahr mehrfach Grund zu feiern: Europas größtes Wohnmagazin wird 60 Jahre alt, blickt auf einen erfolgreichen Heft-Relaunch zurück und erfreut sich wachsender Beliebtheit auf allen Kanälen. Damit stellt sich SCHÖNER WOHNEN einmal mehr als Deutschlands erfolgreichste und beliebteste crossmediale Marke im Living-Bereich dar. Mit dem Extra-Heft WORKLIFE und einem entsprechenden Bereich auf der Website baut SCHÖNER WOHNEN seine Kompetenzen um das Thema der Stunde "Neues Arbeiten" aus und zeigt wie so oft in den letzten 60 Jahren die Innovationskraft der Marke. Das 52-Seiten-Extra WORKLIFE liegt als Oversize-Beilage dem SCHÖNER WOHNEN-Jubiläumsheft (11/2020, EVT: 7. Oktober) sowie der Zeitschrift HÄUSER (06/2020, EVT: 23. November) bei. Der digitale Content zu diesem Thema geht parallel im Herbst auf [schoener-wohnen.de](https://www.schoener-wohnen.de) live und wird sukzessive nach den Nutzerinteressen weiterentwickelt.

"SCHÖNER WOHNEN ist die erste Anlaufstelle für Einrichtungsideen und -Produkte und wirkt zum 60. Geburtstag so hochwertig und modern wie nie. Die Qualität, Kompetenz und Strahlkraft der Marke ist auf allen Kanälen sichtbar. Dass wir innovativ und kreativ bleiben zeigt unser neuestes crossmediales Projekt WORKLIFE, das sich mit dem epochalen Umbruch in der Arbeitswelt befasst. Ein spannendes Thema, das sich perspektivisch auch für neue Geschäftsfelder anbietet", erklärt Matthias Frei, Publisher G+J LIVING.

"Mit dem Relaunch zu Beginn des Jahres sind wir schon kraftvoll ins Geburtstagsjahr gestartet", sagt SCHÖNER WOHNEN-Chefredakteurin Bettina Billerbeck. "Unsere Marktforschung belegt: 81 Prozent der Befragten gefällt das Magazin jetzt noch besser, sie nehmen es als moderner und hochwertiger wahr. Das zeigt sich auch am Kiosk - dort wachsen wir sogar zweistellig." Sowohl die Juni- als auch Juli-Ausgabe legte im Vorjahresvergleich um 14 bzw. 23 Prozent (lt. IVW) im Einzelverkauf zu.

Im Digitalen feierte [schoener-wohnen.de](https://www.schoener-wohnen.de) im Mai sein All-time-High mit 2,4 Mio. Unique Usern (AGOF) und zählte im 1. Halbjahr 58 Prozent mehr Nutzer als im Vorjahr (Google Analytics). "Auch im SCHÖNER WOHNEN-Shop wird von Designprodukten bis hin zu den neuen Leuchten der SCHÖNER WOHNEN-Kollektion fleißig geschoppt. Unsere Wachstumszahlen im Digitalen belegen, dass sich Qualitätsinhalte bekannter Marken im großen Konkurrenzumfeld des Living-Bereichs durchsetzen", freut sich Andrea Fischer, Geschäftsführerin G+J LIVING Digital.

Pressekontakt:

Andrea Kramer  
PR / Kommunikation SCHÖNER WOHNEN  
Telefon: 040 / 37 03 - 3847  
E-Mail: [kramer.andrea@guj.de](mailto:kramer.andrea@guj.de)  
[www.schoener-wohnen.de](https://www.schoener-wohnen.de)

#### Medieninhalte



Cover Extra-Heft WORKLIFE von SCHÖNER WOHNEN und HÄUSER. Weiterer Text über ots und [www.presseportal.de/nr/41298](https://www.presseportal.de/nr/41298) / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "ots/Gruner+Jahr, SCHÖNER WOHNEN/Cover Extra-Heft WORKLIFE"

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100055299/100853074> abgerufen werden.