

Pressemitteilung

Datum: 19.04.2012, Seite: 1 von 2

Handelsblatt und WirtschaftsWoche erzielen Allzeit-Hoch

Handelsblatt Online und WirtschaftsWoche Online sind die absoluten Gewinner in ihrem Segment in der heute veröffentlichten Statistik der Arbeitsgemeinschaft Online Forschung (AGOF) für Januar 2012. Handelsblatt.com hat mehr als 425.000 neue User (plus 22 Prozent) gegenüber dem Vormonat hinzugewonnen und erzielt einen bisher nie erreichten Höchstwert von insgesamt 2,34 Millionen Unique Usern. Damit belegt das Portal den Spitzenplatz sowohl im Ranking der Wirtschafts- als auch der Finanzangebote. „Wer bei Handelsblatt Online dabei ist, steht auf Augenhöhe mit den Entscheidern. Das gilt für unsere Leser wie für die Redaktion. Wir haben Spaß an Wirtschaft. Schön, dass das so ansteckend ist“, kommentiert Chefredakteur Oliver Stock den Erfolg.

Auch WirtschaftsWoche Online legt kräftig zu: Mit 65.000 neuen Usern (plus 8,7 Prozent) wächst das Portal auf insgesamt 815.000 Unique User. Damit erzielt die WirtschaftsWoche ebenfalls ein Allzeit-Hoch und lässt Wettbewerber wie boerse.de, capital.de und impulse.de deutlich hinter sich.

Das erfolgreiche Abschneiden führt Verlagsgruppe Handelsblatt-Geschäftsführer Dr. Michael Stollarz insbesondere auf die erfolgreichen Relaunches beider Portale zurück, die zu einer verbesserten Optik und Usability der Seiten geführt haben, sowie auf neue Organisationsstrukturen: „Mit Oliver Stock als Chefredakteur und Jochen Bohle als Programmdirektor von Handelsblatt Online sowie Franziska Bluhm als Chefredakteurin von WirtschaftsWoche Online haben wir sehr erfahrene Redaktionsleiter an die Spitze der Portale gestellt, die sich auf den publizistischen Kern der Marken konzentrieren und die Bedürfnisse der Leser nach qualitativ hochwertigen Wirtschafts- und Finanzinformationen bedienen.“ Weitere Erfolgsfaktoren sind eine höhere Interaktivität, technische Verbesserungen, die engere Zusammenarbeit von Print und Online trotz redaktioneller Unabhängigkeit sowie der stetige Ausbau und eine stärkere Verzahnung mit den sozialen Netzwerken Facebook und Twitter.

Pressemitteilung

Datum: 19.04.2012, **Seite:** 2 von 2

Dass das Konzept aufgeht, spiegelt sich neben dem Zuwachs an Unique Usern auch in der hervorragenden Reichweitenentwicklung beider Portale wider: So sind bei Handelsblatt Online die durchschnittlichen monatlichen Visits im ersten Quartal dieses Jahres um 43 Prozent im Vergleich zum Vorjahr gestiegen, während WirtschaftsWoche Online im gleichen Zeitraum einen Zuwachs von knapp 3 Prozent erzielt hat.

Kontakt:

Kerstin Jaumann
Referentin Unternehmenskommunikation
Tel.: 0211.887-10 15
E-Mail: k.jaumann@vhb.de

Verlagsgruppe Handelsblatt

Die Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH und Co. KG (VHB), ein Unternehmen der Dieter von Holtzbrinck Medien GmbH, ist das führende Medienhaus für Wirtschafts- und Finanzinformationen in Deutschland. Die Verlagsgruppe wurde 1946 gegründet und hat ihren Sitz in Düsseldorf.

Die Verlagsgruppe Handelsblatt steht für fairen, fundierten, unabhängigen und seriösen Qualitätsjournalismus. Ihre Leser sind anspruchsvoll. Die Verlagsgruppe Handelsblatt publiziert für Entscheider, vor allem Selbstständige, Unternehmer und leitende Angestellte. Große Marken wie Handelsblatt und WirtschaftsWoche, zahlreiche Fachzeitschriften und Fachbücher, das breite multimediale Angebot und ein globales redaktionelles Netzwerk begründen den Spitzenplatz der Verlagsgruppe Handelsblatt im Bereich Wirtschaftspublizistik. Zur Gruppe zählen auch Serviceunternehmen wie iq media marketing gmbh, der führende Vermarkter für Entscheidermedien, corps, der Verlag für Kundenzeitschriften sowie weitere Beteiligungen.