

Pressemitteilung

Datum: 16.01.2008, Seite: 1 von 2

Handelsblatt ist mit Abstand die am häufigsten zitierte Abonnementzeitung

Düsseldorf Das Handelsblatt, Deutschlands führende Wirtschafts- und Finanzzeitung, ist im vergangenen Jahr häufiger in anderen wichtigen Medien zitiert worden als alle anderen deutschen Abonnements-Tageszeitungen. Zu diesem Ergebnis kommt das Zitate-Ranking des Bonner Medienforschungsinstitutes Media-Tenor. Dabei konnte die Spitzenposition im Vergleich zum Vorjahr weiter ausgebaut werden: Insgesamt wurden 883 Mal Exklusivnachrichten- und artikel des Handelsblattes von anderen meinungsbildenden Meiden aufgegriffen. Dies entspricht einer Steigerung von knapp elf Prozent. Der Zweitplazierte im Ranking, die Süddeutsche Zeitung, folgt mit einem deutlichen Abstand von 115 Zitaten.

„Dies ist eine eindrucksvolle Bestätigung der journalistischen Stärke der Redaktion“, sagt Bernd Ziesemer, Chefredakteur des Handelsblatts. „Sehr erfreulich ist vor allem, dass das Medien-Echo auf exklusive Artikel und Nachrichten des Handelsblatts seit Jahren kontinuierlich wächst.“

„Der Spitzenplatz unterstreicht die hohe publizistische Relevanz der Zeitung und damit ihre herausragende Position als Werbeträger im Segment der Entscheider“, erklärt Dr. Thomas Levermann, Gesamtmarketingleiter für das Handelsblatt bei der GWP media-marketing GmbH, die für die Vermarktung verantwortlich zeichnet.

Das Zitate-Ranking von Media-Tenor gibt Auskunft über die publizistische Bedeutung und die Wahrnehmung einzelner Titel in den wichtigen Medien Deutschlands. Media Tenor wertet hierzu regelmäßig 39 führende deutsches Tageszeitungen, Wochenzeitungen, Magazine sowie Radio- und TV-Sender aus.

Handelsblatt, Wirtschafts- und Finanzzeitung

Das Handelsblatt ist die größte Wirtschafts- und Finanzzeitung in deutscher Sprache. Rund 200 Redakteure, Korrespondenten und ständige Mitarbeiter rund um den Globus sorgen für eine aktuelle, umfassende und fundierte Berichterstattung. Für Entscheider zählt die börsentäglich erscheinende Wirtschafts- und Finanzzeitung heute zur unverzichtbaren Lektüre: Laut Leseranalyse Entscheidungsträger in Wirtschaft und Verwaltung (LAE) 2007 erreicht das Handelsblatt 287.000 Entscheider, das sind 12,7 Prozent.

GWP media-marketing GmbH

GWP media-marketing ist der führende Werbevermarkter für Entscheider- und meinungsbildende Medien. Auch im Bereich Business-to-Business-Kommunikation steht GWP media-marketing an der Spitze der Vermarktungsorganisationen. Als einziges deutsches Unternehmen in dieser Sparte bietet die GWP alle existierenden Medienkanäle zur Ansprache von Entscheider-Zielgruppen an. Das crossmedial zusammengestellte Portfolio umfasst Wirtschaftsmagazine, Tages- und Wochenzeitungen, Websites, Online-Communities, TV-Sender, sowie Ambient- und Inflight-Communication. Zum Portfolio zählen im Printbereich unter anderem das Handelsblatt, die

Pressemitteilung

Datum: 16.01.2008, **Seite:** 2 von 2

WirtschaftsWoche, DIE ZEIT und Cicero. Im TV-Bereich gehören bislang Bloomberg Television und ARTE zu den Kunden der Vermarktungstochter der Verlagsgruppe Handelsblatt. Im internationalen Bereich vermarktet die GWP zusätzlich mehr als 300 ausländische Medien, darunter The Times, El Mundo, La Tribune und La Repubblica.

Die GWP vermarktet im Online-Bereich hochkarätige Angebote im Bereich News, Finanzen, Wirtschaft und Politik sowie Top-Communities wie studiVZ und schülerVZ. Aktuelle Nachrichten, Analysen und Hintergrundinformationen auf hohem journalistischem Niveau machen die Medien des Portfolios unentbehrlich für anspruchsvolle Zielgruppen.

Kontakt:

Handelsblatt GmbH
Susan Koll
Marketingleitung Handelsblatt
Kasernenstraße 67
40213 Düsseldorf
Telefon: 0211 887-2757
Telefax: 0211 887-972757
E-Mail: s.koll@vhb.de

GWP media-marketing GmbH
Tanja Vogel
Referentin PR
Kasernenstraße 67
40213 Düsseldorf
Tel: 0211 887-2367
Fax: 0211 887-972367
E-Mail: t.vogel@vhb.de