

**Datum:** 28.01.2015, **Seite:** 1 von 2

## **Schneller, moderner, interaktiver: Handelsblatt Online mit neuer Optik und Struktur**

Handelsblatt Online hat einen neuen Look: Das Onlineportal der Finanz- und Wirtschaftszeitung wurde einem umfassenden Relaunch unterzogen und präsentiert sich ab sofort in einem klareren Design sowie einer überarbeiteten Seitenstruktur. Eine übersichtliche Gliederung, das Hervorheben von Kernthemen sowie ein reduziertes Farbkonzept sorgen für eine aufgeräumte, elegante Optik und eine bessere Leserführung.

Ein Schwerpunkt des neuen Designs liegt auf den neu gestalteten Finanzseiten: Die Kursdaten wurden komplett überarbeitet und sind nun schneller, nutzerfreundlicher und bieten mehr Funktionen als vorher. So haben die Leser ihre Börsendaten jederzeit unter Kontrolle. Hinzu kommen kürzere Ladezeiten und eine höhere Interaktivität der Seite. Einzelne Artikel können besser geteilt, gepusht und mobil dargestellt werden. Außerdem gibt es ein eigenes Social Media-Ressort, in dem Themen aufgegriffen werden, die die Netzgemeinde bewegen. So können die Redakteure beispielsweise mit Hilfe von speziellen Algorithmen analysieren, welche Wirtschaftsthemen weltweit in den Sozialen Netzwerken besonders relevant sind und diese dann mit den Lesern von Handelsblatt Online teilen. Auch der Kurznachrichtendienst Twitter wird innerhalb der Redaktion künftig eine wichtigere Rolle beim Verbreiten von Themen und Inhalten spielen - eine Social Media-Box sorgt für eine kompakte Übersicht über die aktuellsten Nachrichten.

„Mit dem neuen Design wollen wir nicht nur optisch neue Wege gehen, sondern auch unsere Sichtbarkeit und Benutzbarkeit auf mobilen Endgeräten sowie in den sozialen Netzwerken erhöhen. Kurzum: Wir wollen da sein, wo unsere Leser sind“, sagt Oliver Stock, Chefredakteur von Handelsblatt Online. „Unser erklärtes Ziel ist es, unter die Top 5 der größten Nachrichtenportale in Deutschland zu kommen.“

Eine weiterer Vorteil sind die erweiterten und verbesserten Bezahlmöglichkeiten für kostenpflichtige Angebote des Handelsblatts - von exklusiven Einzelartikeln, Studien und Dossiers bis hin zum Digitalpass, der den Lesern die Möglichkeit bietet zu einem Preis und mit einem Login komfortabel auf alle Premium-Angebote zugreifen zu können. Auch den inhaltlichen Wünschen der Leser, die im Rahmen einer Umfrage ermittelt wurden, soll künftig noch stärker Rechnung getragen werden. So wurde beispielsweise eine Mediathek mit

## Pressemitteilung

**Datum:** 28.01.2015, **Seite:** 2 von 2

Filmen und Videos aus der Welt der Wirtschaft eingeführt und es soll noch mehr Themen rund um Büroalltag und Management geben. Zudem sollen mehr Frauen und jüngere Leser angesprochen werden.

Weitere Details zum Relaunch gibt es unter: [www.handelsblatt.com/11294364.html](http://www.handelsblatt.com/11294364.html)

### **Kontakt:**

Kerstin Jaumann

Leiterin Presse & Kommunikation

Tel.: 0211.887-1015

E-Mail: [pressestelle@vhb.de](mailto:pressestelle@vhb.de)

### **Über das Handelsblatt**

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. Im Tageszeitungsvergleich zählt die börsentäglich erscheinende Wirtschafts- und Finanzzeitung bei Entscheidern der ersten und zweiten Führungsebene zur unverzichtbaren Lektüre. Laut Leseranalyse Entscheidungsträger in Wirtschaft und Verwaltung (LAE) 2014 erreicht das Handelsblatt mehr als 285.000 Entscheider börsentäglich. Handelsblatt Online erreicht monatlich bis zu 19 Millionen Visits und 90 Millionen Page Impressions. Damit ist Handelsblatt Online das führende Wirtschaftsportal in Deutschland und wurde 2014 zum dritten Mal in Folge von den Lesern zur beliebtesten Website des Jahres gewählt.