

Pressemitteilung

Datum: 06.07.2012, Seite: 1 von 2

Handelsblatt gewinnt mehr als 100.000 neue Leser

Grund zur Freude bei der Verlagsgruppe Handelsblatt: Die Zahl der Handelsblatt-Leser ist laut der aktuellen Allensbacher Markt- und Werbeträgeranalyse (AWA 2012) um rund 30 Prozent auf eine Reichweite von 505.000 Leser gestiegen. Die höchste Reichweite mit 211.000 Lesern (41,7 Prozent) hat das Handelsblatt bei der Berufsgruppe der Freien, Selbstständigen, Leitenden Angestellten und höheren Beamten. Mit durchschnittlich 4.395 Euro haben die Handelsblatt-Leser, die zu 82 Prozent aus Männern bestehen, das höchste Haushaltsnettoeinkommen unter allen Zeitungen der AWA. Gleichzeitig verfügen sie über das höchste Hauptverdiener-Einkommen sowie über das höchste frei verfügbare Einkommen.

Mit insgesamt mehr als hunderttausend neuen Lesern hat das Handelsblatt den größten Reichweiten-Zuwachs unter allen überregionalen Tageszeitungen und liegt um rund 50 Prozent über Wettbewerber Financial Times Deutschland (FTD). „Dieser Reichweitenerfolg ist uns Ansporn und Verpflichtung. Ich danke der Redaktion für ihr Engagement in den letzten zwölf Monaten und den Lesern für ihren so leidenschaftlichen Zuspruch“, kommentiert Handelsblatt-Chefredakteur Gabor Steingart den Erfolg.

Durch das Ergebnis sieht Marianne Dölz, Geschäftsführerin der Verlagsgruppe Handelsblatt, ihren eingeschlagenen Kurs bestätigt: „Unsere konsequenten Investitionen in journalistische Qualität und neue Angebote zahlen sich aus. Dabei tragen nicht nur die stärkere inhaltliche Fokussierung auf unsere Kernkompetenzen erste Früchte, sondern auch optische Anpassungen wie beispielsweise die Umstellung auf das handliche Business-Format, das den veränderten Lesegewohnheiten Rechnung trägt.“ Hinzu komme, dass die Bedeutung von Wirtschaft und Politik in der Gesellschaft in den vergangenen Jahren generell zugenommen habe. „Vor allem in ökonomisch spannenden Zeiten wie diesen haben die Menschen ein großes Bedürfnis nach fundierten Hintergrundinformationen und wissen Qualitätsjournalismus mehr denn je zu schätzen“, so Marianne Dölz weiter.

Die WirtschaftsWoche befindet sich laut AWA 2012 mit einer Reichweite von 835.000 Lesern auf Vorjahresniveau und kann damit ihre Position unter den führenden deutschen Wirtschaftsmagazinen verteidigen. Insgesamt verfügen die WirtschaftsWoche-Leser über eine exzellente Bildung und ein weit überdurchschnittliches Haushaltsnettoeinkommen. Mit

Pressemitteilung

Datum: 06.07.2012, **Seite:** 2 von 2

durchschnittlich 4.243 Euro zählt die WirtschaftsWoche zu den Top Ten-Titeln unter allen Zeitschriften in der AWA 2012.

Ausbauen kann die WirtschaftsWoche zudem ihre Position als eines der meistzitierten deutschen Wirtschaftsmagazine: Im PMG Zitate-Ranking steigert sie ihr Ergebnis um satte 45 Prozent und kommt auf 311 Erwähnungen in den deutschen Meinungsführermedien im ersten Halbjahr. Auch im Zitate-Ranking des Medienforschungsinstituts Media Tenor kann die WirtschaftsWoche zulegen und kommt mit 222 Zitaten auf Platz 4 in der Kategorie „meistzitierte Medien im Wirtschaftsteil“ - hinter Spiegel, Wall Street Journal und Financial Times. Meistzitierte Exklusiv-Beiträge waren die Car-Sharing-Allianz der Bahn mit Renault, das Steuerschlupfloch im Übernahmekampf von VW und Porsche sowie der Stellenabbau bei Hewlett-Packard.

Kontakt:

Kerstin Jaumann
Referentin Unternehmenskommunikation
Tel.: 0211.887-10 15
E-Mail: pressestelle@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.