

Pressemitteilung

Datum: 19.10.2012, Seite: 1 von 2

Handelsblatt und WirtschaftsWoche bei Abo und „harter Auflage“ im dritten Quartal deutlich im Plus

Handelsblatt und WirtschaftsWoche gehören zu den Gewinnern der aktuellen IVW-Auflagenzahlen für das dritte Quartal 2012. In einem weiter rückläufigen Marktumfeld können sich sowohl das Handelsblatt mit einer verkauften Auflage von 137.725 Exemplaren als auch die WirtschaftsWoche mit 177.113 Exemplaren positiv gegenüber dem Vorjahresquartal behaupten. Dabei können die beiden führenden Titel der Verlagsgruppe Handelsblatt vor allem bei den wichtigen Kennzahlen „harte Auflage“ und Abonnement zulegen.

Handelsblatt und WirtschaftsWoche mit starken Zuwächsen im Abo

Besonderen Grund zur Freude bietet der Zuwachs der Abonnentenzahlen. Mit 2.755 neuen Abonnenten hat das Handelsblatt um 3,6 Prozent gegenüber Vorjahresquartal auf nunmehr 80.222 Abonnements zugelegt. Zum Vergleich: Der Gesamtmarkt ist in dieser Sparte im Vorjahresvergleich um 1,9 Prozent gesunken. Der Einzelverkauf bleibt im dritten Quartal mit 6.052 verkauften Exemplaren zwar unter dem Vorjahreswert, konnte aber gegenüber dem zweiten Quartal 2012 um 2,4 Prozent gesteigert werden. Insgesamt erzielt das Handelsblatt in der „harten Auflage“ mit 86.274 Exemplaren als einziger Titel ein Plus von 2,1 Prozent gegenüber dem dritten Quartal 2011.

Insbesondere die WirtschaftsWoche kann mit einer hervorragenden Abo-Entwicklung aufwarten: Mit 88.580 Abonnements legt Deutschlands führendes Wirtschaftsmagazin gegenüber dem Vorjahresquartal um 2,9 Prozent (2.474 Abonnements) zu. Im Vergleich zum Vorquartal beträgt die Steigerung sogar satte 5,1 Prozent (4.298 Abonnements). Dem rückläufigen Einzelverkaufs-Trend kann sich die WirtschaftsWoche im dritten Quartal jedoch nicht entziehen und liegt mit 10.326 Exemplaren unter dem Wert des Vorjahresquartals. Dies wird aber durch die positive Abo-Entwicklung kompensiert und die WirtschaftsWoche wächst in der wichtigen „harten Auflage“ mit 98.906 Exemplaren gegenüber Vorjahresquartal um 0,4 Prozent und gegenüber Vorquartal um 4,2 Prozent.

Verkauf von E-Paper soll in 2013 signifikant steigen

„Die Zuwächse bei Abo und „harter Auflage“ sind umso erfreulicher, da sie vor dem Hintergrund eines insgesamt schrumpfenden Marktumfeldes stattfinden. Vor allem die

Pressemitteilung

Datum: 19.10.2012, **Seite:** 2 von 2

positive Abo-Entwicklung beider Titel zeigt, dass die hohe redaktionelle Qualität und Attraktivität der Blätter sowie unsere Anstrengungen im Vertrieb Früchte tragen“, sagt Marianne Dölz, Geschäftsführerin der Verlagsgruppe Handelsblatt. „Gleichzeitig sind wir uns aber auch der rückläufigen Entwicklung des Kioskverkaufs bewusst. Um diesem Trend entgegenzuwirken, wollen wir im kommenden Jahr den E-Paper-Verkauf signifikant ausbauen.“

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.