

WirtschaftsWoche Online erzielt Allzeithoch im Januar

Das Onlineportal der WirtschaftsWoche ist mit einem neuen Allzeithoch ins Jahr 2016 gestartet: Laut den heute veröffentlichten IVW-Zahlen setzt WirtschaftsWoche Online seinen Wachstumskurs rasant fort und hat erstmals in der Geschichte des Portals mehr als 22 Millionen Page Impressions erzielt (22,39 Mio). Das entspricht einer Steigerung von 3,9 Prozent zum Vorjahr. Auch bei den Visits konnte WirtschaftsWoche Online im Januar gegenüber Vorjahr deutlich um 17,8 Prozent auf rund 5,91 Millionen Visits zulegen.

Insbesondere die mobilen Zugriffe trugen zum Gesamtwachstum bei. Hier steigerte das Portal seine Seitenaufrufe gegenüber Vorjahr um 109,6 Prozent auf 7,58 Millionen Page Impressions, was knapp 40 Prozent des Gesamt-Traffics ausmacht. Auch die Visits erreichten mobil mit 1,26 Millionen Visits (plus 187,9 Prozent gegenüber Vorjahr) ein neues Allzeithoch.

„Das mobile Internet ist die Zukunft und stellt andere Anforderungen an Inhaltsaufbereitung als der bisherige Onlinejournalismus. Daher werden wir uns in diesem Jahr auf neue inhaltliche Formate konzentrieren und unsere App-Formate weiter entwickeln“, erklärt Silke Fredrich, Chefredakteurin von WirtschaftsWoche Online. Bereits zu Jahresbeginn launchte der Titel die App Daily Challenge, ein wochentägliches Wirtschaftsquiz. Weitere mobile Formate sollen in den kommenden Monaten folgen.

Pressemitteilung

Datum: 09.02.2016 Seite: 2 von 2

Kontakt:

Kerstin Jaumann

Leiterin Presse und Kommunikation

Tel.: 0211.887-1015

E-Mail: pressestelle@vhb.de

Über die WirtschaftsWoche

Die WirtschaftsWoche ist das große aktuelle, konsequent marktwirtschaftlich orientierte Wirtschaftsmagazin für Entscheider. Über 100 Mitarbeiter, Redakteure, Reporter und Korrespondenten aus aller Welt analysieren Woche für Woche die wichtigsten Ereignisse in Wirtschaft und Politik, auf den Finanzmärkten und im Management, in Forschung und Technik. Ergänzt wird die Berichterstattung der WirtschaftsWoche durch das Online-Team von wiwo.de, das tagesaktuell Ereignisse und Ergebnisse präsentiert und analysiert. Mit den Dossiers WirtschaftsWoche Management und WirtschaftsWoche Karriere richtet sich die Redaktion an Manager und Führungskräfte, das Sonderheft Green Economy zeigt auf, wie sich Ökonomie und Ökologie in Einklang bringen lassen.