

Pressemitteilung

Datum: 20.07.2012, Seite: 1 von 2

IVW II/2012: Handelsblatt steigert Abo-Zahlen um 6 Prozent – WirtschaftsWoche legt im Einzelverkauf zu

Handelsblatt und WirtschaftsWoche, die beiden führenden Titel der Verlagsgruppe Handelsblatt, stemmen sich weiterhin erfolgreich gegen sinkende Auflagenzahlen: Mit einer verkauften Auflage von 138.039 im zweiten Quartal kann sich das Handelsblatt laut aktueller IVW-Auswertung positiv in einem rückläufigen Marktumfeld behaupten und um 1,6 Prozent gegenüber Vorjahresquartal zulegen. Auch die WirtschaftsWoche hat ihre verkaufte Auflage um moderate 0,3 Prozent auf 174.090 Exemplare im zweiten Quartal gesteigert und sich damit besser als der Gesamtmarkt der Wirtschaftsmagazine entwickelt.

Handelsblatt bei Abo und „harten Auflage“ deutlich im Plus

Besonderen Grund zur Freude bietet die erneut sehr positive Entwicklung des Handelsblatts in der Sparte Abonnement: Mit 4.643 neuen Abonnenten hat die Wirtschafts- und Finanzzeitung ihr Vorjahresquartalsergebnis um 6 Prozent auf 81.415 Abos gesteigert – während der Gesamtmarkt in dieser Sparte um 1,7 Prozent gesunken ist. Auch gegenüber dem Vorquartal konnte das Handelsblatt in der Sparte Abo um 2,9 Prozent zulegen. Der Einzelverkauf bleibt mit 5.909 verkauften Exemplaren nur leicht unter dem Wert des Vorjahres- sowie des vorherigen Quartals. Da dies aber durch die überdurchschnittliche Abo-Entwicklung kompensiert wird, schneidet das Handelsblatt in der wichtigen „harten Auflage“ mit 87.324 Exemplaren als einzige überregionale Tageszeitung positiv mit einem Plus von 5 Prozent gegenüber Vorjahresquartal und 2,6 Prozent gegenüber Vorquartal ab. Zum Vergleich: Der Gesamtmarkt verliert in dieser Kategorie gegenüber Vorjahr um 2,6 Prozent.

WirtschaftsWoche legt im Einzelverkauf zu und bleibt weiterhin Marktführer

Die WirtschaftsWoche kann in der „harten Sparte“ Einzelverkauf mit 10.681 verkauften Exemplaren entgegen dem insgesamt stark rückläufigen Marktumfeld um 1,4 Prozent gegenüber dem Vorjahresquartal zulegen. Im Abo-Bereich kämpft sie hingegen hart - aber mit Erfolg - gegen den Trend. Muss sie im Quartals-Jahresvergleich noch einen Verlust von 1.621 Abonnenten verkraften, so kann sie diesen Rückgang im Vergleich mit dem Vorquartal mit 970 neuen Abonnenten wieder teilweise ausgleichen. Insgesamt kann die WirtschaftsWoche ihre absolute Marktführerschaft innerhalb der Wirtschaftspresse verteidigen und den Vorsprung weiter ausbauen.

Pressemitteilung

Datum: 20.07.2012, **Seite:** 2 von 2

Redaktionelle Qualität und Vertriebsmaßnahmen zahlen sich aus

„Die guten Einzelergebnisse der beiden Titel zeigen, dass neben den Investitionen in redaktionelle Qualität auch unsere Anstrengungen im Vertrieb, wie intensivere Abo- und Direktmarketingmaßnahmen sowie der Ausbau unserer Online-Marketingaktivitäten, erfolgreich sind“, sagt Marianne Dölz, Geschäftsführerin der Verlagsgruppe Handelsblatt. „Dadurch haben wir es geschafft, dass das Handelsblatt zum wiederholten Mal als einzige überregionale Tageszeitung im Abo gewachsen ist und die WirtschaftsWoche nicht nur im Einzelverkauf zulegen, sondern auch ihre Marktführerschaft weiter ausbauen konnte.“

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.