

Datum: 08.05.2015 Seite: 1 von 2

WirtschaftsWoche mit neuem Layout und Struktur

Die WirtschaftsWoche präsentiert sich ab sofort in neuer Optik und Struktur: Zeitgleich zum neuen Erscheinungstag wurde das Wirtschaftsmagazin einem umfassenden inhaltlichen und visuellen Relaunch unterzogen. Ein modernes Design, eine plakative Typografie, klare Seitenführung und das Hervorheben von Kernthemen sorgen für eine aufgeräumte, zeitgemäße Optik und noch mehr Lesevergnügen.

Zu den größten Neuerungen zählt die Heftstruktur: Der Aufbau des Magazins wurde im Zuge des Relaunchs neu komponiert und dramaturgisch abwechslungsreicher gestaltet – mit einer Mischung aus kurzen Nachrichten und längeren, in die Tiefe gehenden Texten. Damit einhergehend wurde auch das Titelthema stärker gewichtet und die einzelnen Ressorts klarer auf die Interessen der Leser zugeschnitten. Neu hinzugekommen sind die Meinungsseiten „Standpunkte“, die Rubrik „Überblick“ über die aktuellsten Neuigkeiten und Trends aus aller Welt sowie eine „Blickpunkte“-Strecke mit spannenden Porträts, Interviews, Hintergrundinformationen und Debatten aus dem Wirtschaftsleben.

Das Cover-Layout wurde ebenfalls überarbeitet und unterstreicht mit dem markanten roten Doppelpunkt im Logo den Anspruch der Redaktion, fundierte Informationen und aktuellen, pointierten Journalismus zu bieten. Im Heft selbst findet sich der Doppelpunkt als Stilelement für die Zusammenfassung der wichtigsten Kernaussagen vor jedem größeren Artikel wieder. Damit wurde eine Schnell-Lese-Ebene geschaffen, mit der auch Leser mit wenig Zeit einen prägnanten Überblick über die einzelnen Themen erhalten.

Miriam Meckel, Chefredakteurin der WirtschaftsWoche: „Wir wollen unseren Leserinnen und Lesern die Möglichkeit bieten, die WirtschaftsWoche immer so zu nutzen, wie es ihren individuellen Informationsbedürfnissen entspricht: Für die aktuelle berufliche Information und den schnellen Überblick ebenso wie für hintergründige Vertiefung, die Diskussion von Standpunkten oder als inspirierenden Lektüre-Einstieg ins Wochenende.“

Pressemitteilung

Datum: 08.05.2015 **Seite:** 2 von 2

Das neue Layout wurde von Holger Windfuhr, Creative Director der WirtschaftsWoche, in enger Zusammenarbeit mit Miriam Meckel und der Stuttgarter Agentur Strichpunkt entwickelt und gestaltet. „Wir freuen uns, dass die WirtschaftsWoche zusammen mit Strichpunkt die Themen der Woche auf den Doppelpunkt bringt: Die Kompetenz und Meinungsstärke der Redaktion unterstützen wir durch eine visuell klare Layoutstruktur mit eigenständiger Diagrammsprache, eine lesefreundliche Schriftwahl – und nicht zuletzt durch den Doppelpunkt, der sich vom Titel durch alle Rubriken zieht“, sagt Strichpunkt-Geschäftsführer Prof. Jochen Rädiker.

Die WirtschaftsWoche erscheint ab sofort immer freitags. Die aktuelle Ausgabe 20/2015 mit dem Titelthema „Es läuft und läuft und läuft und... Exklusiver Stresstest zeigt Stärke und Verletzlichkeit unserer Autoindustrie“ ist ab Freitag, 8. Mai 2015 am Kiosk erhältlich. Der Copypreis liegt bei 5,50 Euro.

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.

Handelsblatt GmbH

Postfach 10 11 02 • 40002 Düsseldorf • Kasernenstraße 67 • 40213 Düsseldorf
Telefon 0211.887-0 • Telefax 0211.887-29 80 • www.wiwo.de • pressestelle@vhb.de •
Geschäftsführer: Gabor Steingart (Vorsitzender), Frank Dopheide, Claudia Michalski, Ingo Rieper •
AG Düsseldorf HRB 38138