



Handelsblatt mit neuem Layout und Struktur

Handelsblatt mit neuem Layout und Struktur
Das Handelsblatt geht optisch neue Wege: Die größte Wirtschafts- und Finanzzeitung in deutscher Sprache wurde einem umfassenden Relaunch unterzogen und präsentiert sich ab sofort in neuem Layout und veränderter redaktioneller Struktur. Der Relaunch ist das Ergebnis einer konsequenten Weiterentwicklung des Blattes. Wir haben nicht nur die Optik und Struktur überarbeitet, sondern auch das redaktionelle Profil der Zeitung weiter geschärft", kommentiert Handelsblatt-Chefredakteur Gabor Steingart. "Die Leitthemen stehen künftig noch stärker im Mittelpunkt und das neue Design sorgt für eine aufgeräumte, elegante Optik und verbesserte Leserführung." In enger Zusammenarbeit mit der Redaktion haben Stefan Vieten, Leiter der optischen Abteilung des Handelsblatt, und Anja Horn, Geschäftsführerin der Berliner Agentur Einhorn Solutions, ein modernes Layout entwickelt, das durch eine übersichtliche Gliederung, klare Seitenstrukturen, ein reduziertes Farbkonzept und das Hervorheben von Kernthemen besticht. Durch einen geänderten Heftaufbau wird das Titelthema noch stärker gewichtet und der Leser wird schneller zu den Kernthemen der Ressorts "Wirtschaft Politik" und "Unternehmen Märkte" geleitet. Beide Ressorts erhalten zudem ihre eigenen Meinungsseiten mit thematisch abgestimmten Kommentaren und eigenen Leitartikeln. Eine weitere Neuerung ist der 13-seitige Themenblock "Private Geldanlage" im Ressort "Finanzen Börsen". Durch die Verschmelzung des Kursteils und den ehemaligen Geldanlageseiten entsteht der umfassendste Geld- und Anlagebereich einer deutschen Tageszeitung. Dort erhalten Finanzprofis und Privatanleger alle relevanten Informationen, Kennziffern und Expertenempfehlungen. Der redaktionelle Teil wird von Charts und Tabellen der wichtigsten Indizes, Kursentwicklungen und Fonds eingerahmt; Bilder und Infografiken sorgen für ein aufgelockertes Erscheinungsbild. Die neue Struktur eröffnet auch Werbekunden ein neues, attraktives Umfeld für ihre Werbebotschaften: Neue Anzeigenformate und deren Einbettung in redaktionelle Elemente ermöglichen eine zielgruppengenaue Ansprache in einem angesichts der Spitzenpositionierung sehr interessanten Werbeumfeld. Kontakt: Kerstin Jaumann Referentin Unternehmenskommunikation
Tel.: 0211.887-1015
E-Mail: pressestelle@vhb.de
Über das Handelsblatt
Das Handelsblatt ist die größte Wirtschafts- und Finanzzeitung in deutscher Sprache. Rund 200 Redakteure, Korrespondenten und ständige Mitarbeiter rund um den Globus sorgen für eine aktuelle, umfassende und fundierte Berichterstattung. Im Tageszeitungsvergleich zählt die bösensächlich erscheinende Wirtschafts- und Finanzzeitung bei Entscheidern der ersten und zweiten Führungsebene zur unverzichtbaren Lektüre. Insgesamt liegt seine Reichweite laut LAE 2012 bei 9,8 Prozent.

Pressekontakt

Verlagsgruppe Handelsblatt

40213 Düsseldorf

pressestelle@vhb.de

Firmenkontakt

Verlagsgruppe Handelsblatt

40213 Düsseldorf

pressestelle@vhb.de

Verlagsgruppe Handelsblatt Wir informieren Entscheider. Entscheider sind anspruchsvoll. Wir leben in einer komplexen und global vernetzten Wirtschaftswelt. Wer nach vorne kommen will, der benötigt zuallererst Informationen? top-aktuell, überall und sofort, in der notwendigen Breite und Tiefe. Die Verlagsgruppe Handelsblatt, Düsseldorf, ein Unternehmen der Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck, Stuttgart, konzentriert sich daher auf anspruchsvolle Qualitätsmedien, die ebenso fundiert wie unterhaltsam informieren. Unabhängig davon, ob sie für Zeitungen, Magazine, Fachmedien oder Internetportale schreiben? die rund 500 Journalisten aller Redaktionen des Hauses stehen für fairen und seriösen Qualitätsjournalismus. Mit ihren großen Medien-Marken und einer breiten Palette an Dienstleistungen nimmt die Verlagsgruppe Handelsblatt daher eine einzigartige Stellung im Markt für Wirtschaftspublizistik ein? sowohl in Deutschland und als auch international.