

Pressemitteilung

Datum: 21.09.2007, Seite: 1 von 2

Handelsblatt startet Perspektiven

Düsseldorf Das Handelsblatt, Deutschlands führende Wirtschafts- und Finanzzeitung, erscheint heute, erstmals mit der wöchentlichen Beilage Perspektiven. Auf 24 Seiten im Tabloid-Format stellt Perspektiven spannende Menschen vor, die ambitioniert sind und die eine Botschaft tragen. Perspektiven beleuchtet Karrieren und Lebenswege, spricht mit Top-Managern und berichtet über MBA und Weiterbildung. „Wir ignorieren Kaminkarrieren, sondern berichten über Menschen, die für mutige Entscheidungen stehen“, sagt Bernd Ziesemer, Chefredakteur des Handelsblatts.

In der ersten Ausgabe stellt Perspektiven Nicole Ehlen, 33, vor. Für eine innovative, mutige Kampagne für die Kosmetikmarke Dove hat sich die Produktmanagerin auch gegen Vorbehalte bei Unilever durchsetzen müssen. Als Markenverantwortliche konterkariert sie in einer Aufsehen erregenden Werbekampagne gängige Schönheitsideale der Branche.

Im Perspektiven-Interview berichtet Adidas-Chef Herbert Hainer, 53, über seine eindrucksvolle Karriere, etwa warum er stets in aller Frühe auf dem Markt Schweine gekauft hat. Hainer, der die Traditionsmarke Adidas auf Erfolg getrimmt hat, verrät die Grundprinzipien des Verkaufens und warum man sich nie mehr als drei Meinungen anhören sollte.

Zum Auftakt startet Perspektiven eine sechsteilige Serie „MBA in Deutschland“. Wo lohnt der Karriere-Turbo MBA – wir stellen die besten Business-Schulen Deutschlands vor.

„Mit Perspektiven schließen wir eine Marktlücke“, sagt Joachim Liebler, Geschäftsführer Handelsblatt GmbH. „Informativ und persönlich wird Perspektiven auf anschauliche Art und Weise seine gut ausgebildete, im Beruf aufstrebende Leserschaft ansprechen.“

Perspektiven und das Monatsmagazin „Handelsblatt Junge Karriere“ werden von einem Redaktionsteam in dem neu eingerichteten Newsroom unter der Leitung von Sven Scheffler, Geschäftsführender Redakteur beider Titel, produziert. Mit der Oktoberausgabe, die am 27. September erscheint, wird das Absolventen- und Berufseinsteigermagazin der Verlagsgruppe Handelsblatt relaunched. „Perspektiven schlägt eine inhaltliche Brücke zu den beruflichen Herausforderungen der

Pressemitteilung

Datum: 21.09.2007, Seite: 2 von 2

Zielgruppe von Ende 20 bis Ende 30“, sagt Sven Scheffler, Geschäftsführender Redakteur beider Titel. „Dabei wird es nicht nur um lupenreine Karrieren gehen, sondern beispielsweise auch darum, wie man Familie und Erfolg in Einklang bringt.“ Für die optische Gestaltung zeichnet Brian O’ Connor, Art-Director des Handelsblatts, verantwortlich. „Mit Junge Karriere werden wir ein optisch klar strukturiertes und modernes Magazin präsentieren“, sagt Brian O’Connor. „Und Perspektiven reiht sich nahtlos in die Linie der farbigen, optisch hochwertigen Tabloids des Handelsblatts ein.“

Das Tabloid liegt jeweils freitags der Gesamtauflage des Handelsblatts bei.

Handelsblatt - Wirtschafts- und Finanzzeitung

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. Für Entscheider zählt die börsentäglich erscheinende Wirtschafts- und Finanzzeitung heute zur unverzichtbaren Lektüre: Laut Leseranalyse Entscheidungsträger in Wirtschaft und Verwaltung (LAE) 2007 erreicht das Handelsblatt 287.000 Entscheider, das sind 12,7 Prozent.

Kontakt:

Handelsblatt GmbH
Jutta Scheen
Telefon: 0211.887-2760
E-Mail: karriere@vhb.de
Internet: www.handelsblatt.com