

Pressemitteilung

Kulmbach, 09. Februar 2021

DER AKTIONÄR erreicht höchste Reichweite seit Gründung | Wachstumsstärkster Wirtschaftstitel in Deutschland

DER AKTIONÄR ist erfolgreich in das 25. Jahr seines Bestehens gestartet. Das 1996 gegründete Magazin verzeichnet starken Zuspruch in der Leserschaft und verteidigt laut Zahlen der Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern (IVW) seine führende Marktstellung unter den Wirtschaftstiteln in Deutschland – sowohl im Print- als auch im Digital-Segment.

Kulmbach, 8. Februar 2021 – Deutschlands führendes Anlegermagazin DER AKTIONÄR startet mit der höchsten Reichweite seiner Geschichte ins Jubiläumsjahr. Gemäß Zahlen der Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern (IVW) verzeichnete DER AKTIONÄR nach Rekordwerten im Dezember auch im Januar einen starken Zulauf. Die Zahl der Visits stieg um 61 Prozent auf 22,5 Millionen Visits (+264 % yoy) und die Zahl der Page Impressions um 55 Prozent auf 47,5 Millionen (+302 % yoy). Bereits zuvor bestätigte die IVW einen starken Anstieg auch bei Abonnements und im Einzelverkauf: Die harte Auflage stieg im vierten Quartal 2020 im Jahresvergleich um 55 Prozent auf 38.605 Exemplare. Die verkaufte Auflage übersprang erstmals seit 2002 mit 50.597 Exemplaren die Schwelle von 50.000 Heften.

Leser schätzen Inhalte

„Hinter jedem Klick und jedem Kauf steckt der Wunsch nach qualitativ guten und verlässlichen Inhalten, nach Informationen, die mündigen Anlegern dabei helfen, ihre Börsengeschäfte erfolgreich zu gestalten. Wir produzieren keine Klick-Strecken, überladen unsere Website nicht mit Daten. Unser Fokus liegt ganz klar auf der redaktionellen Einschätzung zu relevanten Kapitalmarktthemen“, erklärt Leon Müller, Chefredakteur des AKTIONÄR, den starken Zuwachs neuer Leser. „An diesem Konzept werden wir festhalten. DER AKTIONÄR steht für die Aktie wie kein zweiter Titel. Egal, ob BASF, GameStop, Tesla oder Telekom – bei uns wissen die Leser, woran sie sind.“

Digital auf dem Weg zum Marktführer

Im Wettbewerbsvergleich kann DER AKTIONÄR im Januar durch überdurchschnittlich hohes Wachstum überzeugen. In der maßgeblichen IVW-Kategorie „Wirtschaft / Finanzen / Job / Karriere“ steigert das Anlegermagazin seine digitale Reichweite um 61 Prozent gegenüber Dezember und verzeichnet damit das stärkste Wachstum unter allen Websites in den Top 50.

DER AKTIONÄR verbessert sich im Januar im Ranking der führenden Websites zum Thema Wirtschaft und Finanzen um fünf Plätze, lässt FOCUS ONLINE, FAZ.NET und Bild.de sowie das T-Online-Contentangebot hinter sich und erreicht mit Blick auf die Visits nunmehr Rang 7 hinter der neu formierten IPPEN.Media (u. a. BuzzFeed, HNA, Frankfurter Rundschau). Zusammen mit DER AKTIONÄR TV und finanztreff.de erreicht die Börsenmedien-Gruppe Rang 6 mit über 26 Millionen Visits in der relevanten Kategorie. „Ehe wir unseren Wachstumskurs eingeschlagen haben, lagen wir unterhalb von Rang 30. Mittelfristig traue ich uns einen Platz in den Top 5 zu“, so Leon Müller.

IVW JANUAR 2021
TOP DIGITAL-ANGEBOTE NACH KATEGORIE-VISITS
WIRTSCHAFT/FINANZEN/JOB/KARRIERE

| Rang Vormonat | | Rang | Medium | Dezember 2020 | Januar 2021 | ./. |
|---------------|---|-----------|---------------------------------|-------------------|-------------------|--------------|
| 1 | ▷ | 1 | finanzen.net - Das Finanzportal | 54.838.286 | 67.376.135 | +23 % |
| 3 | ▲ | 2 | WELT | 27.182.905 | 37.168.782 | +37 % |
| 2 | ▼ | 3 | DER SPIEGEL | 27.713.082 | 34.532.357 | +25 % |
| 4 | ▷ | 4 | n-tv.de | 25.410.020 | 33.268.893 | +31 % |
| 5 | ▷ | 5 | OnVista | 21.918.407 | 27.619.568 | +26 % |
| - | - | 6 | IPPEN.MEDIA | - | 25.500.829 | - |
| 12 | ▲ | 7 | DER AKTIONÄR | 14.008.109 | 22.514.989 | +61 % |
| 9 | ▲ | 8 | FOCUS ONLINE | 18.950.494 | 21.149.340 | +12 % |
| 11 | ▲ | 9 | FAZ.NET | 14.129.250 | 18.455.539 | +31 % |
| 7 | ▼ | 10 | Bild.de | 19.532.123 | 17.431.752 | -11 % |
| 8 | ▼ | 11 | T-Online Contentangebot | 19.211.001 | 16.626.169 | -13 % |
| 10 | ▼ | 12 | Finanzen100 | 14.809.533 | 16.155.553 | +9 % |
| 15 | ▲ | 13 | Business Insider Deutschland | 8.628.654 | 10.048.145 | +16 % |
| 14 | ▷ | 14 | Handelsblatt.com | 8.741.567 | 9.651.383 | +10 % |
| 18 | ▲ | 15 | stern.de | 8.032.923 | 9.326.238 | +16 % |
| 17 | ▲ | 16 | ZEIT ONLINE | 8.413.198 | 9.286.860 | +10 % |
| 16 | ▼ | 17 | upday | 8.562.739 | 9.048.413 | +6 % |
| 20 | ▲ | 18 | boersennews.de | 6.992.759 | 8.719.961 | +25 % |
| 19 | ▷ | 19 | ARIVA.DE | 7.370.003 | 8.213.570 | +11 % |
| 21 | ▲ | 20 | Wallstreet-Online | 6.621.306 | 7.935.084 | +20 % |
| ... | | | | | | |
| 23 | ▲ | 21 | FinanzNachrichten.de | 6.459.455 | 7.678.514 | +19 % |
| 22 | ▷ | 22 | boerse.de | 6.497.540 | 7.321.501 | +13 % |
| 26 | ▲ | 23 | manager magazin online | 5.209.252 | 6.716.105 | +29 % |
| 27 | ▲ | 24 | boerse-online.de | 4.658.364 | 6.217.310 | +33 % |
| 24 | ▼ | 25 | Süddeutsche.de | 5.263.955 | 6.123.869 | +16 % |
| 29 | ▲ | 27 | WirtschaftsWoche | 4.026.300 | 5.016.264 | +25 % |
| 30 | ▷ | 30 | finanztreff.de | 2.533.716 | 2.834.930 | +12 % |
| 35 | ▲ | 34 | capital.de | 1.474.944 | 1.525.069 | +3 % |
| 46 | ▲ | 37 | impulse.de | 741.162 | 1.121.938 | +51 % |
| 57 | ▲ | 50 | DER AKTIONÄR TV | 540.380 | 686.959 | +27 % |

Quelle: Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern (IVW) © Börsenmedien AG

Digitalisierung der Auflage schreitet voran

Unterdessen schreitet die Digitalisierung der Auflage unter dem Eindruck des starken Wachstums der Online-Reichweite weiter voran. Im vierten Quartal war bereits ein Drittel der harten Auflage digital. Während die Zahl der im Print-Format verkauften Hefte um 38 Prozent zulegte und 26.053 Exemplare erreichte, wuchs die E-Paper-Auflage um 110 Prozent auf 12.552 Exemplare.

Bedeutender Faktor am Kiosk und im Bahnhofsbuchhandel

Der Einzelverkauf der gedruckten Ausgabe bleibt für die Börsenmedien AG trotz der dynamischen Entwicklung beim E-Paper und der Digital-Unit auch im 25. Jahr des Bestehens des Magazins eine wichtige Vertriebsssäule. Im Jahresvergleich stieg die Zahl der an Kiosken und im Bahnhofsbuchhandel abgesetzten Hefte um 62 Prozent auf 14.876. Damit bestätigt DER AKTIONÄR seine Rolle als umsatzstärkster Wirtschaftstitel im Einzelverkauf. Mehr als jeder vierte Euro, der in Deutschland an den Verkaufsstellen in diesem Segment umgesetzt wird, entfällt auf das Magazin der Kulmbacher Börsenmedien AG.

Dynamisches Wachstum in junger Zielgruppe

DER AKTIONÄR Online wächst weiterhin in allen Altersgruppen, besonders stark aber bei den 18- bis 24-Jährigen (+212 % im Jahresvergleich) und den 35- bis 44-Jährigen (+170 %), gefolgt von den 25- bis 34-Jährigen (+136 %). In Summe sind 57 Prozent der Leser heute jünger als 45 Jahre. Vor einem Jahr lag ihr Anteil bei 52 Prozent.

Historisch hohe Reichweite

Online feiert DER AKTIONÄR neue absolute Bestmarken. Mit Blick auf das wöchentlich erscheinende Magazin lag die harte Auflage nur zweimal zuvor in der bald 25-jährigen Geschichte des AKTIONÄR höher: im ersten Quartal 2001 (40.558 Ex.) sowie im ersten Jahresviertel 2007 (39.518 Ex.). „Wir streben einen neuen absoluten Bestwert an. Der Zuspruch in den zurückliegenden Wochen war enorm“, so Leon Müller mit Blick auf das noch junge neue Jahr. Im November 2021 feiert die Kulmbacher Börsenmedien AG das 25-jährige Bestehen des Titels.

Über die Börsenmedien AG:

Die Börsenmedien AG zählt zu den tonangebenden Medienhäusern für Finanzinformationen im deutschsprachigen Raum und vereint zahlreiche erfolgreiche Marken unter einem Dach, darunter Deutschlands führendes Börsenmagazin DER AKTIONÄR, das Wochenmagazin für Börse und private Finanzen, DER AKTIONÄR TV – das Bewegtbildportal für Anleger, sowie die PLASSEN Buchverlage mit einem umfangreichen Angebot an Wirtschaftstiteln und Ratgeberbüchern. Seit ihrer Gründung im Jahr 1989 hat die Börsenmedien AG immer wieder für Innovationen am Markt gesorgt. Im Vordergrund steht dabei stets ein Ziel: Privatanlegern jederzeit fundierte und geldwerte Informationen zur Verfügung zu stellen – ob in gedruckter Form, im TV oder digital. Neben dem Hauptsitz in Kulmbach unterhält die Unternehmensgruppe weitere Standorte in ganz Deutschland.

Kontakt Presse

Quadriga Communication GmbH
Kent Gaertner
gaertner@quadriga-communication.de
030-30308089-13

Kontakt Börsenmedien AG

Lina-Theresa Ahlf
Pressereferentin
lina.ahlf@boersenmedien.de
09221-9051-510