

Wall Street Journal gewinnt Business Media Award WSJ bietet die meisten Hintergrundinformationen in Analystenzitaten

Wien, 20. Februar 2015 – Das Wall Street Journal (US-Ausgabe) gewinnt den “Best Business Media Award 2015“. Laut dem Schweizer Medienforschungsinstitut Media Tenor schlägt das Wall Street Journal die Konkurrenz in wichtigen Kriterien. Dazu gehört vor allem, dass das Wall Street Journal in den Expertenzitaten den Lesern Mehrwert und Hintergründe über reine Kauf- und Verkaufsempfehlungen hinaus liefert. Im Vergleich von sieben international führenden Wirtschaftstiteln und der Analyse von 33.487 Expertenzitaten darin, liefert das WSJ Informationen, die zur vertieften Werte-Analyse unabdingbar sind. Weitere Kriterien in der Analyse waren: Vielfalt in den zitierten Analystenquellen statt Fokussierung auf wenige Meinungen, Themenvielfalt, Anteil der Expertenzitate, die sich mit zukünftigen Entwicklungen befassen, Analyse der in den letzten beiden Jahren besonders wichtigen Geschehnisse bei den Wechselkursen. In einer globalisierten Wirtschaft ist darüber hinaus der Blick über den Heimatmarkt hinaus von entscheidender Bedeutung. Für die Themenanalyse wurden 58.372 Beiträge untersucht.

Auf Rang 2 liegen mit gleicher Punktzahl das Handelsblatt und die Financial Times (Europe Edition). Markenzeichen des Handelsblattes ist dabei vor allem die Vielfalt der präsentierten Themen. Seit dem Chefredakteurswechsel zum heutigen Herausgeber Gabor Steingart hat das Handelsblatt sich von der klassischen tagesaktuellen Unternehmens- und Finanzberichterstattung zum Medium für Hintergründe und Zusammenhänge weiterentwickelt. Die Financial Times bringt dem Leser dagegen Mehrwert durch den besonders breiten regionalen Fokus der Berichterstattung. Wer umfassende Informationen über größere geografische Regionen benötigt, wird dort gut bedient. Les Echos erreichte den dritten Rang.

Seit mehr als 20 Jahren unterstützt Media Tenor International Journalisten und Medienorganisationen bei ihrem Streben nach einer objektiven, vielfältigen und relevanten Nachrichtengebung. Media Tenor fördert den Austausch zwischen Akteuren aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft, Nachrichtenmachern und dem Publikum. Media Tenors internationale Forschungsprojekte umfassen Wahlanalysen, Investor Relations, Public Diplomacy, Corporate Communications und das ganze Feld der Nachrichtenauswahl und -produktion. Die jährliche Agenda-Setting-Konferenz ist ein Forum für Journalisten, Wissenschaftler, Politiker und Unternehmensvertreter um sich über die relevanten Entwicklungen in der Welt auszutauschen und auf der Basis wissenschaftlicher Analysen neue Lösungen für eine bessere Kommunikation zu entwickeln.

Ansprechpartner:

Dr. Tobias Thomas, t.thomas@mediatenor.com, +41 79 255 86 86