

„In Hamburch to huus“: Chefredakteur Lars Haider begrüßt beim 31. Neujahrsempfang des Hamburger Abendblattes rund 900 Gäste

HAMBURG / ESSEN, 07.01.2019. Chefredakteur Lars Haider begrüßte beim 31. Neujahrsempfang des Hamburger Abendblattes nicht nur rund 900 Gäste, sondern hatte auch ganz aktuelle Neuigkeiten zu vermelden: Das Meinungsforschungsinstitut Forsa hat für das Hamburger Abendblatt repräsentativ erhoben, [wie die Hamburger abstimmen würden, wenn jetzt Bürgerschaftswahl wäre](#). Demnach käme die SPD nur noch auf 30 Prozent, die Grünen feierten mit 24 Prozent ihr mit Abstand bestes Ergebnis in der Hansestadt, die CDU bekäme 14 Prozent der Stimmen, die Linke elf Prozent, die FDP neun und die AfD sieben Prozent.

Zudem betonte Lars Haider die Bedeutung des Lokal- und Regionaljournalismus, für den das Abendblatt steht: „Über die Dinge zu berichten, die die Menschen interessieren und direkt betreffen. Das ist der Kern des Lokaljournalismus.“ Das Hamburger Abendblatt hat mit rund 30.000 Digital-Abonnenten so viele wie noch nie, täglich kommen 60 bis 80 neue hinzu. Für das neue Jahr versprach Haider darüber hinaus nicht nur den Aufstieg des HSV, sondern kündigte auch das neue Personality-Magazin „Philipp“ an, in dem es um das digitale Hamburg gehen wird. Namensgeber und Abendblatt-Partner ist Philipp Westermeyer, Gründer und CEO der Online Marketing Rockstars.

Geschäftsführer Claas Schmedtje hatte zuvor den Empfang im Hotel Atlantic Kempinski, der unter dem Motto „In Hamburch to huus“ stand, eröffnet. In seiner Ansprache hob er die große Heimatverbundenheit und Lesernähe als entscheidende Erfolgsfaktoren des Hamburger Abendblattes hervor, das im vergangenen Jahr seinen 70. Geburtstag feierte: „Egal, ob Print oder Digital: Wir sind nur dann erfolgreich, wenn wir ganz nah an den Menschen und ihren Themen sind, die sie jeden Tag bewegen. Das Hamburger Abendblatt vermittelt wie kaum eine andere Zeitung das gute Gefühl: Hier bin ich gut informiert über Hamburg, Deutschland und die Welt. Hier bin ich richtig – hier bin ich ‚to huus‘.“

Der 31. Neujahrsempfang des Hamburger Abendblattes war erneut der traditionelle Jahresauftakt für einflussreiche und prominente Vertreter aus Politik und Wirtschaft. Zu den Gästen zählten Hamburgs Erster Bürgermeister Dr. Peter Tschentscher, Bundestagsvizepräsident Wolfgang Kubicki, die Präsidentin der Hamburgischen Bürgerschaft Carola Veit und der ehemalige Erste Bürgermeister Klaus von Dohnanyi, der im September als Hanseat des Jahres ausgezeichnet wurde. Außerdem waren Senatorin und SPD-Landeschefin Melanie Leonhard, der Vorstandsvorsitzende der Otto Group Alexander Birken, der aus der TV-Sendung „Die Höhle der Löwen“ bekannte Unternehmer Ralf Dümmel und Schauspielerin Nina Petri zu Gast. Vom HSV waren der Vorstandsvorsitzende Bernd Hoffmann sowie Ex-Profi und Aufsichtsratsmitglied Marcell Jansen vertreten, vom FC St. Pauli unter anderem Präsident Oke Göttlich. Gäste beim Neujahrsempfang waren außerdem die Moderatoren Reinhold Beckmann und Alexander Bommers sowie Liedermacher Rolf Zuckowski.



Informationen, Entertainment, Services – das ist die FUNKE MEDIENGRUPPE. Der Fokus liegt auf drei Geschäftsfeldern: Regionalmedien, Frauen- und Programmzeitschriften sowie Digitales. Mehr als 1.500 Journalisten und rund 4.500 Medienmacher arbeiten bei FUNKE. In Deutschland gibt das Unternehmen Tageszeitungen in Berlin, Hamburg, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen und Thüringen heraus, darunter Berliner Morgenpost, Braunschweiger Zeitung, Hamburger Abendblatt, Westdeutsche Allgemeine Zeitung und Thüringer Allgemeine. Im Magazinbereich gehört FUNKE zu den größten Anbietern. Zum Portfolio zählen Titel wie Hörzu, Gong, TV Digital, BILD der FRAU, Frau im Spiegel, die aktuelle, myself und DONNA. Hinzu kommen zahlreiche Rätsel- und Spezialzeitschriften sowie Lebensart-Magazine. Im Digital-Bereich baut FUNKE ein Netzwerk an spezialisierten Jobportalen wie ABSOLVENTA und joblocal auf, im Publishing und Social-Media-Sektor ist FUNKE mit einer Mehrheitsbeteiligung an MEDIA PARTISANS ein großer Anbieter im deutschen Markt. An allen ihren Tageszeitungsstandorten gibt die FUNKE-Gruppe die jeweils führenden Anzeigenblätter heraus. In NRW hält FUNKE Mehrheitsbeteiligungen an lokalen Radiosendern. Darüber hinaus ist das Unternehmen auch auf dem österreichischen Zeitungsmarkt engagiert (Kronen Zeitung, Kurier). Mit der GOLDENEN KAMERA und der GOLDENEN BILD der FRAU werden zwei hochkarätige Events von FUNKE veranstaltet.