Pressemitteilung

W&V mit neuer Markenidentität

Die Marke W&V stellt sich neu auf. Mit dem Relaunch der „W&V“ erweitert die Ebner Media Group insbesondere das digitale Portfolio der Traditions-Medienmarke. Mit mehr Wissen, Weiterbildung und einer neuen User-Experience für die Community startet die W&V in die Zukunft.

München, 2. März 2022_Die Nachfrage nach Insights, Daten, Fakten, Weiterbildung, Beratung und Orientierung in der Marketingbranche ist in den letzten Monaten überproportional gestiegen. Deshalb richtet sich die W&V mit einem deutlich stärkeren Angebot neu aus - um der Community das zu liefern, was sie wirklich braucht. Ziel des Relaunches ist eine substanzielle Verbesserung der digitalen User- und Product-Experience.

Visuelle und inhaltliche Neuausrichtung

In der Umsetzung des Markenneustarts legt das Medienhaus einen klaren Schwerpunkt auf die Weiterentwicklung des Digital-Profils. Die Website wird zum „Content Hub“, um der Zielgruppe mit einer klaren Fokussierung auf zwölf Kernthemen relevante Informationen für das strategische und operative Business bieten zu können. Die W&V versteht sich als Coach für Markenmacher:innen in allen Bereichen der Work Performance.

Digitales Monatsmagazin „W&V Executive Briefing“

Im Zentrum des Relaunchs steht das neue digitale Monatsmagazin. Das „W&V Executive Briefing“ geht ab März exklusiv an Abonnentinnen und Abonnenten. Das nativ digitale Produkt bietet der Community einen aktuellen qualifizierten 360-Grad Blick zu einem hochaktuellen Schwerpunktthema, multimedial aufbereitet mit Analyse, Case Studies, Interview, Grafiken, Podcast und Video. Zum Auftakt analysiert das Executive Briefing die neuesten Entwicklungen im Trendthema Social Commerce.

Umfangreiches Newsletter-Programm

Ein neu aufgesetztes Newsletter-Programm versorgt die User ab April umfassend mit neuesten Informationen und fundierten Insights. So liefert „W&V Diagnostics“ künftig dienstags und donnerstags eine punktuelle Marketing Clinic mit Analysen, Kennzahlen und Daten. Zudem ergänzen weitere Newsletter zu Marketing-Spezialthemen wie SEO / SEA das Portfolio der W&V – zusätzlich zum bestehenden Newsletter-Portfolio.

Digital Campus mit systematischem Know-how-Transfer

Als weiteres Marken-Standbein erweitert die W&V ihre „Akademie“ um ein On-Demand-Weiterbildungsangebot. Der neue Digital Campus bietet Membership-Nutzer:innen ab April eine Lernplattform mit speziell aufbereiteten und kuratierten Videoinhalten zu allen W&V-Kernthemen. Das Angebot an Kursen und Deep Dives, präsentiert von hochkarätigen Expert:innen der Branche, wird sukzessive erweitert und steht allen W&V-Membern in den ersten sechs Monaten kostenlos zu Verfügung.

W&V-Print wird umfangreicher und mit neuen Formaten ergänzt

Das gedruckte Magazin der W&V erhält ein Upgrade. Die Print-W&V wird zum Aushängeschild der Marke. Mit einem deutlich stärkeren Umfang, innovativen Formaten und neuem Design bietet die W&V tiefe und überraschende Insights sowie eine Premium-Bühne für die Protagonisten der Branche. Das neue W&V-Magazin erscheint ab 1. Juni im Quartalsrhythmus.

Führungsposition als Digital First Media Player ausbauen

„Wir sind überzeugt, mit diesem überarbeiteten digitalen Produktmix genau die Bedürfnisse der Marketingbranche an Know-how, Inspiration und Weiterbildung zu treffen. Als Digital First Media Player bieten wir mit dem neuen Portfolio deutlich mehr Content, aber viel wichtiger, deutlich mehr Mehrwert als bisher“, fasst W&V-Chefredakteurin Verena Gründel den Markenneustart zusammen.

„Die W&V wird zum Coach für Marketing-Profis. Wir liefern an allen medialen Touchpoints das, was unsere Member wirklich brauchen – sowohl in Form von Information als auch Vernetzung und Improvement. Wir unterstützen unsere Community mit einem umfassenden Angebot, besser zu werden“, sagt W&V-Chefredakteur Rolf Schröter.

Über ELEMENT C

Die inhabergeführte Kommunikationsagentur mit den Units PR und Brand Design steht seit über 18 Jahren für strategische Beratung nach individuellen Anforderungen und unterstützt als Sparringspartner bei kommunikativen Herausforderungen. Zu den PR-Kunden zählen Branchengrößen wie Payone, Talentsoft, Episerver und Hootsuite aber auch Start-ups wie roadsurfer und Arevo. Im Juni wurde die Agentur in der Kategorie „Strategische Kommunikation“ mit dem Deutschen PR-Preis 2021 ausgezeichnet.

Weitere Informationen unter **www.elementc.de**

Über die Ebner Media Group

Die Ebner Media Group mit Hauptsitz in Ulm gilt seit Jahren als Vorreiter in Sachen Digitalisierung. Zeitschriften, Special-Interest-Magazine, Seminare, Kongresse, Messen und Content-Marketing sind Bestandteile des Portfolios der Ebner Media Group, die fünf Standorte in Deutschland und Offices in Zürich und New York unterhält. Das Unternehmen hat sich auf Special-Interest- und B2B-Medien spezialisiert. Zum Portfolio gehören 86 Magazine und 44 Websites in 17 unterschiedlichen Themenfeldern. Darüber hinaus richtet die Gruppe jedes Jahr über 200 Live-, Digital- und Fortbildungsveranstaltungen aus.