

PRESSEMITTEILUNG

Relaunch: Aufbruchstimmung bei W&V

München, den 02.10.2014 – Das Marketing-Fachmagazin W&V, Werben & Verkaufen, geht ab 6. Oktober völlig neue Wege – und zwar im Print. Jede Woche können die Leser noch tiefer in die Themen eintauchen, um von den großen Erfahrungswerten der W&V-Redaktion zu profitieren. Es geht um Hintergründe, Einordnungen, Meinungen. Dazu wurden jede Menge innovative Formate entwickelt, auch interaktive mit dem Leser. Noch näher am Menschen, noch tiefer im Thema, heißt die neue Devise.

„Mehr als fünf Jahrzehnte lang haben wir die besten Blattmacher der Welt gesprochen, über die wahren Werte von Zeitschriften, über das, was Print wirklich ausmacht“, sagt W&V-Chefredakteur Jochen Kalka. Von dieser Erfahrung will das Blatt nun selbst profitieren. "Print geht in eine neue Ära. Während wir ganz aktuell das Tagesgeschehen auf allen digitalen Kanälen begleiten, nimmt sich Print die Zeit, einmal die Woche einzusortieren, zu hinterfragen, was bleibt, und zu forschen, was kommt."

W&V berichtet weiterhin über Macher und deren Herausforderungen aus den Bereichen Marketing, Agenturen und Medien. Aber die Art der journalistischen Darstellung wird anschaulicher, verständlicher, klarer. Und überraschender. Insider-Wissen ansprechend und umfassend zu vermitteln, ist eines der Ziele. „W&V bestimmt künftig das Agenda-Setting, der Fokus gehört der Zukunft“, sagt Christian Meitinger, Geschäftsführer des Verlags Werben & Verkaufen.

Werben & Verkaufen (W&V) - Mit einer verkauften Auflage von 28.668 Exemplaren ist W&V Marktführer in Deutschland. Das Magazin erscheint im Münchner Verlag Werben & Verkaufen, der zum Süddeutschen Verlag gehört. Im Verlag Werben & Verkaufen erscheint außerdem der Wochentitel „Kontakter“ sowie der zweiwöchentlich erscheinende Titel „Lead Digital“.

Pressekontakt:

Dr. Jochen Kalka
Chefredakteur Verlag Werben & Verkaufen GmbH
Telefon: 089 / 2183 - 7657
chefredaktion@wuv.de