

AV Medien â€“ Der Lebensverlag rÃ¼stet sich fÃ¼r die digitale Zukunft â€“ BILD

ID: LCG18061 | 16.02.2018 | Kunde: AV Medien -Der Lebensverlag |

Ressort: Medien Ã–sterreich | APA-OTS-Meldung

Donnerstagabend prÃ¤sentierte sich der Ã–sterreichische Agrarverlag in neuem Design und wird zukÃ¼nftig als AV Medien – Der Lebensverlag mit zeitgemÃ¤Ã¸em Namen, innovativem Markenauftritt und offensiver Digitalstrategie auftreten.

Bilder zur Meldung auf http://presse.leisuregroup.at/av-medien/launch_20180215

Wien (LCG) – 2018 ist fÃ¼r den Ã–sterreichischen Agrarverlag nicht nur das 90. JubilÃ¤umsjahr, sondern auch das Jahr der digitalen Transformation und inhaltlichen Evolution. Als AV Medien – Der Lebensverlag bleibt der Verlag seinen Traditionen treu und beschreitet gleichzeitig neue digitale Wege. Rund 30 Fachmedien, von Print Ã¼ber digital, werden mit strategischem Schwerpunkt 360-Grad-Kommunikation in einer allumfassenden Digitalisierungs-offensive rundum technisch erneuert.

Im Beisein des PrÃ¤sidenten der Ã–sterreichischen Landwirtschaftskammer **Hermann Schultes**, dem Direktor-Stellvertreter des NiederÃ–sterreichischen Bauernbunds **Paul Nemecek**, AV-Holding Vorstandsdirektor **Rainer Eder** und Verlagsleiter **Winfried Eberl** wurde auf dem Dachgeschoss des Petersplatz 7 prÃ¤sentiert.

„Der Agrarverlag zählt zu den Traditionsunternehmen der heimischen Medienlandschaft und vereint mit dem neuen Markenauftritt als AV Medien – Der Lebensverlag Tradition und Innovation, übernimmt eine Vorreiterrolle und setzt somit wichtige Standards in der Medienbranche“, erklärt Schultes.

Bei den weitreichenden Neuerungen wurde besonders auf die Wünsche der Leser geachtet, aber auch auf die Bedürfnisse der Werbekunden mit einem zielgerichtet gestalteten Auftritt eingegangen. Die neue Wort-Bildmarke wahrt die agrarischen Wurzeln des Verlagshauses, vereint Tradition und Moderne, crossmediale Journalismuskompetenz und geballte Informationsvielfalt, im B2C- als auch im B2B-Bereich, unter dem zeitgemäßen Dach des Lebensverlags.

„Der Fokus unserer Digitaloffensive liegt auf dem optimalen Zusammenspiel aller Print-und Digital-Medien vom Storytelling bis zum Storysharing. Die Trends der Zeit zu erkennen, das Maximum der neuen Technologien auszuschöpfen und so den Weg in eine hoffnungsvolle digitale Zukunft zu ebnen, hat für uns als Lebensverlag oberste Priorität“, freut sich Eberl.

360-Grad-Kommunikation zieht sich durch alle Geschäftsbereiche

Alle Printmedien sind als e-Paper sowie zum Download als App mit Newsfeed-Funktion für iOS-und Android-Endgeräte erhältlich. So werden den Lesern die Artikel responsive auf allen Devices barrierefrei ausgespielt. Zielgerichtetes E-Mail-Marketing, ein einfaches Abo-und Webshop-System und die Verbreitung der Artikel auf allen digitalen Kanälen runden das 360-Grad-Kommunikationskonzept ab. Der Content der Publikums-und Fachmagazine wird über Website, Newsletter, zielgerichtete Digital-Werbung sowie auf Social Media und digitalen Plattformen wie LinkedIn, Xing oder YouTube verbreitet.

„Wir möchten nicht nur unsere Leser und Kunden sanft auf das neue Digitalzeitalter vorbereiten, sondern auch unseren Mitarbeitern sowie Journalisten das Eintauchen und Miterleben erleichtern. In Zeiten der steigenden Online-Nutzung von Medien ist es eine spannende Herausforderung, uns von der Konkurrenz abzuheben, die Menschen zu berühren und mit ihnen zu interagieren“, so Eder.

Zukunftsorientiertes Design auf allen Kanälen

Die grüne Farbe im neuen Logo steht für Ursprung, Tradition und Nachhaltigkeit, während Rot für Leben, Entwicklung und Kraft steht. Der stilisierte Mensch, umrahmt von Herz und Blatt, schafft eine Brücke zwischen Tradition und Moderne sowie Bodenständigkeit und Innovationskraft. Die asymmetrische Wort-Bildmarke mit ihren kontrastreichen Farben symbolisiert Dynamik und Offenheit und stellt das Leben selbst und die Emotion der Menschlichkeit in den Vordergrund.

„Mit neuem Namen, inhaltsreicher Message und innovativem Design, das die agrarischen Wurzeln, die Vielfältigkeit und Entwicklung des Verlags visuell unterstreicht, hat der Lebensverlag alle Weichen für eine erfolgreiche digitale Zukunft gestellt“, betont Nemecek.

Mit rund 30 Fach- und Publikumsmagazinen aus allen Lebensbereichen wie Holzkurier, Der Winzer, Österreichische Bauernzeitung, Key Account, St. Hubertus, Fangfrisch, Pferderevue, Garten + Haus, das neue Herkunftsmagazin GENUSS und vielen anderen, vereint das Verlagshaus führende, anerkannte und fachlich kompetente Magazine des Landes unter einem Dach und ab sofort auch auf allen digitalen Kanälen.

Erfolge messen leicht gemacht dank moderner Analyse-Tools

Ein wichtiges Element der Digitaloffensive sind die neuen Analyse-Tools, durch die der Erfolg für Werbekunden einfach und transparent messbar wird und Anzeigen zielgerichtet positioniert werden können. Als erstes Verlagshaus Österreichs, mit Schwesterunternehmen in Deutschland, implementiert der AV-Medien - Der Lebensverlag ein Content Management System, das alle Online-Auftritte, deren Content-Befüllung und sämtliche Marketingmaßnahmen in einem Tool vereint und sowohl im B2C-als auch im B2B-Bereich zum Einsatz kommt.

Der Handel im digitalen Wandel

Im Anschluss hielt BILLA-AG Vorstand **Robert Nagele** eine aufschlussreiche Keynote über den Handel im digitalen Wandel. BILLA ist ein Omnichannel-Retailer, der zu jeder Zeit und über jeden Kanal verfügbar ist. Die Nähe zum Kunden treibt den Wandel im Handel stationär und digital stark voran. Bedarfsgerechte Angebote für Kunden, Kommunikation auf allen digitalen Kanälen, die Optimierung von Prozessen, die Sammlung und Auswertung von Big Data, Mitarbeiterkommunikation sowie die individualisierte Kundenansprache sind signifikant für den Erfolg von Unternehmen der Zukunft.

„Der Österreichische Agrarverlag hat sich mit seiner neuen Wort-Bildmarke einer Frischzellenkur unterzogen, die Energie ausstrahlt und von einem 360-Grad-Weitblick zeugt. Die rasch voranschreitende digitale Transformation bietet nicht nur dem Lebensmittelhandel und der Medienbranche, sondern allen Branchen, enorme Chancen Prozesse rasch zu optimieren“, erklärt Nagele.

Über AV Medien -Der Lebensverlag: Tradition trifft auf Innovation und Zukunft

Der Österreichische Agrarverlag ist Herausgeber von 29 periodisch erscheinenden Fachzeitschriften und Publikumsmagazinen, die aktuell 1,7 Millionen Leser erreichen und hat sich zum „Lebensverlag“ entwickelt. Dabei spannt sich der Bogen der

Lebensthemen von Land-, Forst-und Holzwirtschaft über Pferde, Jagd, Angeln, Essen und Trinken, Genuss, Lebensmittelproduktion und -handel sowie Garten, Freizeit und Tourismus. Im Buchbereich, mit seinem Label „Cadmos/ av buch“ liegt der Schwerpunkt auf Kochen und Rezepte, Garten, Gesundheit, Heimtiere und Pferde. Weitere Informationen auf [http:// www.av-medien.at](http://www.av-medien.at) .