

Saatchi & Saatchi Pro entwickelt erste Kampagne für wlv unter neuem Namen

„Unmöglich ist unmöglich“ – wlv startet erste Marketing-Kampagne seit drei Jahren

Hamburg, 29. Oktober 2020. Im September präsentierte Visable das neue wlv (ehemals „Wer liefert was“). Die größte B2B-Plattform der DACH-Region änderte ihren kompletten Markenauftritt, inklusive Relaunch der Webseite und einer neuen wlv-App. Ab dem 1. November soll nun eine umfangreiche Kampagne für mehr Aufmerksamkeit und Markenbekanntheit bei B2B-Einkäufern sorgen. Der Claim der Marketing-Offensive „Unmöglich ist unmöglich.“ transportiert das Leistungsversprechen der Plattform, dass mit ihr jedes Beschaffungsproblem lösbar ist. Die Kampagne setzt auf einen programmatischen Online-Display-Ansatz in der DACH-Region, der von Schaltungen in Social Media-Umfeldern mit B2B-Fokus und Print-Anzeigen in ausgewählten Fachmedien flankiert wird. Die Laufzeit der Kampagne beträgt sechs Wochen und soll in 2021 fortgesetzt werden. Entwickelt wurde sie von Saatchi & Saatchi Pro aus Berlin.

Drei Jahre sind seit der letzten Kampagne von wlv vergangen. Damals noch mit starkem Fokus auf TV und Online-Display, meldet sich die B2B-Plattform jetzt mit einer umfangreichen Marketing-Offensive zurück. Kern der Kampagne sind starke Headlines, die bewusst überspitzt und als Frage formuliert sind, wie z. B.: „8.000 Stahlträger? Für 5 Standorte? In 3 Tagen?“ – der Kampagnen-Claim „Unmöglich ist unmöglich.“ gibt die Antwort, dass auf wlv.de jede Anfrage auf eine Lösung trifft. Dies transportiert ideal die Leistungsfähigkeit der Plattform. In den Online-Werbemitteln wird der Claim zusätzlich durch eine mögliche Trefferquote auf wlv.de gestützt. In diesem Fall „139 Treffer für Stahlträger. Auf wlv.de“ In den Print-Anzeigen belegt ein kurzer Copytext das umfassende und passende Angebot für jeden Einkaufsbedarf: „Die führende B2B-Plattform in der DACH-Region mit über 590.000 Anbietern, die einfach alles möglich machen. Jetzt ausprobieren.“ Für den ersten Kampagnen-Flight wurden insgesamt elf verschiedene Motive entwickelt.

„Wir wollen, dass die B2B-Einkäufer ihren Beschaffungsprozess bei uns auf wlv starten. Mit der Kampagne unterstreichen wir unseren Anspruch als führende B2B-Plattform und als unverzichtbare Recherche-Option für B2B-Einkäufer in der DACH-Region. Bei über 590.000 Anbietern ist schlicht keine Anfrage unmöglich und kein Sourcing-Problem unlösbar“, erklärt Carsten Brandt, Head of Brand & Corporate Communications von Visable, den Inhalt der Kampagne.

Strategie und Kreation von Saatchi & Saatchi Pro

Die Kampagne setzt den Schwerpunkt auf die Ausspielung online mit Programmatic Advertising in der DACH-Region in Kombination mit gezielten Platzierungen auf Social-Media-Kanälen mit B2B-Fokus. Print-Anzeigen in ausgewählten deutschen Fachmedien ergänzen das Werbemittel-Portfolio. Das eingesetzte Mediabudget für den Kampagnen-Flight im November und Dezember 2020 liegt im mittleren sechsstelligen Bereich. Weitere Flights sind für 2021 geplant. Die Kampagne wurde von der auf B2B-Kommunikation spezialisierten Agentur Saatchi & Saatchi pro aus Berlin entwickelt, die sich in einem mehrstufigen Pitchverfahren durchgesetzt hatte. Für die Strategie

zeichnet Daniel Walloch verantwortlich, federführend in der Kreation ist Tim Schneider. Die Mediaplanung stammt von der ebenfalls zur Publicis-Agenturgruppe gehörenden Spark Foundry unter der Leitung von Pascal Ruiz-Moreno.

Die Kampagne stützt den im September erfolgten wlw-Relaunch

Bereits im September 2020 hat die Muttergesellschaft Visable seine Plattform wlw einem umfangreichen Relaunch unterzogen. Seitdem präsentiert sich wlw in völlig neuem Gewand und mit weitreichenden technischen Veränderungen. Der Name wurde vereinfacht von „Wer liefert was“ zu der simplen und einprägsamen Kurzform wlw. Der neue Marken-Claim „Einfach. Besser. Entscheiden.“ bringt das Selbstverständnis der Plattform auf den Punkt: Mit einer Datenbank aus rund 590.000 Anbietern bietet wlw Beschaffungsprofis eine ideale Grundlage, um die beste Einkaufsentscheidung zu treffen. Neue Features wie der prominent platzierte E-Sourcing Service wlw Connect, ein verbessertes Firmenprofil sowie die Implementierung einer präzisen, KI-gestützten Volltextsuche, machen es Einkäufern nun noch einfacher, auf schnellstem Weg den passenden Lieferanten für jeden Bedarf zu finden. Alle Neuerungen gebündelt finden B2B-Einkäufer auch in der neuen wlw-App, die pünktlich seit dem Relaunch im Apple App Store und im Google Play Store zum Download bereitsteht. Die Kampagne „Unmöglich ist unmöglich“ zahlt auf diese technischen Neuerungen ein. Sie soll die Plattform als Option für die beste Einkaufsentscheidung im Bewusstsein der Zielgruppe verankern – ganz gleich, wie anspruchsvoll die Anfrage ist.

Pressekontakt

Visable GmbH
Carsten Brandt
ABC-Straße 21
20354 Hamburg
+49 40 2 54 40-131
carsten.brandt@visible.com

Pressekontakt

achtung! GmbH
Lena Marg
Straßenbahnring 3
20253 Hamburg
+49 40 45 02 10-611
visible@achtung.de

Über Visable

Visable unterstützt den industriellen Mittelstand, Produkte und Dienstleistungen für Einkäufer international zugänglich zu machen. Als speziell auf Geschäftskunden zugeschnittene Verbindung aus eigenen B2B-Plattformen und Online-Marketing-Services wie zum Beispiel Google Ads und Retargeting bietet das Unternehmen ein breit gefächertes digitales Portfolio zur Reichweiten-Steigerung im Internet.

Zu den von der Visable GmbH betriebenen Plattformen gehören wlw („Wer liefert was“), heute die führende B2B-Plattform in der D-A-CH-Region mit rund 590.000 registrierten Firmen, sowie die europäische B2B-Plattform EUROPAGES, auf der rund 3 Millionen Firmen registriert sind. Zusammen erreichen die Plattformen monatlich über 3,9 Millionen B2B-Einkäufer, die nach detaillierten Unternehmens- und Produktinformationen suchen.

Mit seinen Online-Marketing-Services bietet Visable Unternehmen zusätzliche Möglichkeiten, ihre Reichweite im Internet zu erhöhen. Visable ist derzeit einziger Google Premium-Partner mit B2B-Schwerpunkt.

Das Unternehmen Visable entstand als Antwort auf die Herausforderungen der Internationalisierung und Digitalisierung im B2B-Bereich und beschäftigt heute an seinen Standorten Hamburg, Berlin, Münster und Paris über 380 Mitarbeiter. Als gemeinsames Dach für die Marken wlw und EUROPAGES baut Visable seine Marktplätze und Online-Marketing-Services kontinuierlich aus.

Weitere Artikel, Informationen, Pressemitteilungen und Downloads finden Sie unter www.visible.com/presse.