

247GRAD Labs GmbH · Universitätsstraße 3 · 56070 Koblenz

Philipp Scherber
Senior Content Manager
+49 261 134 941 93
philipp.scherber@dirico.io

12. Januar 2022

die firma und dirico gründen das better content collective

Sehr geehrte Damen und Herren,

das Koblenzer Software-Unternehmen dirico (247GRAD Labs GmbH) und die Wiesbadener Strategieagentur die firma . experience design GmbH gehen eine strategische Partnerschaft ein und gründen das **better content collective**.

Ziel ist es, Kommunikations- und Marketingverantwortlichen zu helfen, noch besseren Content zu erstellen, zu verwalten und zu veröffentlichen. Mit dem **better content indicator steht ein erstes Projekt in den Startlöchern: ein Online-Test zur Ermittlung des Reifegrads** in den Bereichen Strategie, Organisation, Development und Werkzeuge.

Details zu den beiden Unternehmen, der Partnerschaft und dem ersten gemeinsamen Projekt finden Sie in der folgenden Pressemitteilung. Ausgewähltes Bildmaterial ist im Dokument enthalten, weiteres steht unter www.dirico.io/presse bereit.

Bei Rückfragen kontaktieren Sie mich gerne telefonisch oder per E-Mail.

Mit freundlichen Grüßen

Philipp Scherber
Senior Content Manager

247GRAD Labs GmbH | Universitätsstraße 3
0261 134 941 92 | 56070 Koblenz
hello@dirico.io | Deutschland

Handelsregisternummer HRB 23676
USt-ID DE292077986
Gerichtsstand Koblenz
Geschäftsführer Sascha Böhr

Kreditinstitut Sparkasse Koblenz
IBAN DE44 5705 0120 0000 2194 85
BIC MALADE51KOB

Pressemitteilung

Gemeinsam Unternehmen kommunikativ stärken: die firma und dirico gründen das better content collective

Das Koblenzer Software-Unternehmen dirico (247GRAD Labs GmbH) und die Wiesbadener Strategieagentur die firma . experience design GmbH gehen eine strategische Partnerschaft ein und gründen das better content collective. Ziel ist es, Kommunikations- und Marketingverantwortlichen zu helfen, noch besseren Content zu erstellen, zu verwalten und zu veröffentlichen. Mit dem better content indicator steht ein erstes Projekt in den Startlöchern: ein Online-Test zur Ermittlung des Reifegrads in den Bereichen Strategie, Organisation, Development und Werkzeuge.

Koblenz und Wiesbaden, 12. Januar 2022. Kommunikations- und Marketingverantwortliche in Unternehmen stehen in zunehmendem Maße vor der Herausforderung, die Komplexität der Kanäle, Formate und Prozesse zu managen. Die Begrenzungen und auch Reduktionen von Budgets machen es erforderlich, die vorhandenen Ressourcen effizienter einzusetzen.

Der Newsroom als Mittel zu mehr Effizienz

Dabei setzen immer mehr insbesondere mittelständische Unternehmen auf eine Newsroom-Organisation, wie sie bei zahlreichen DAX40-Unternehmen schon Standard ist. Unterstützt wird diese Organisationsform in der Regel durch den Einsatz eines Redaktionsmanagement-Tools bzw. einer professionellen Content-Collaboration-Plattform. Doch der Weg, eine bestehende Kommunikations- und Marketingabteilung in einen Newsroom zu transformieren und die laufenden Content-Prozesse in einem neuen Tool ganzheitlich abzubilden, stellt Unternehmen vor große Herausforderungen. Nicht zuletzt deshalb, weil beide Initiativen voneinander abhängig sind.

Darauf sind zuletzt verstärkt Sascha Böhr, CEO des Koblenzer Software-Unternehmens dirico, und Robert Mangelmann, Senior Consultant bei die firma . experience design in Wiesbaden in Gesprächen mit Unternehmen aufmerksam geworden. Sie begegneten sich bei einem gemeinsamen Kunden, der ein Redaktionsmanagement-Tool einführen wollte, um den zuvor etablierten Newsroom auch technologisch besser zu unterstützen. Der Testbetrieb und auch die Einführung der Software gelang schnell und reibungslos und auch die Nutzungsquote ist nach Einführung der Content-Collaboration-Plattform auf einem hohen Niveau.



Das ist nicht die Regel. „Ich erlebe es öfter, dass Kommunikations- und Marketingverantwortliche unsere Software testen, dann aber der Nutzen nicht so spürbar ist, wie wir und das testende Unternehmen es sich wünschen“, berichtet Sascha Böhr. „Besser läuft es bei Unternehmen, die sich bereits im Vorfeld damit auseinandergesetzt haben, was ihre Marketing- und Kommunikationsaktivitäten an welcher Stelle wie bewirken sollen.“

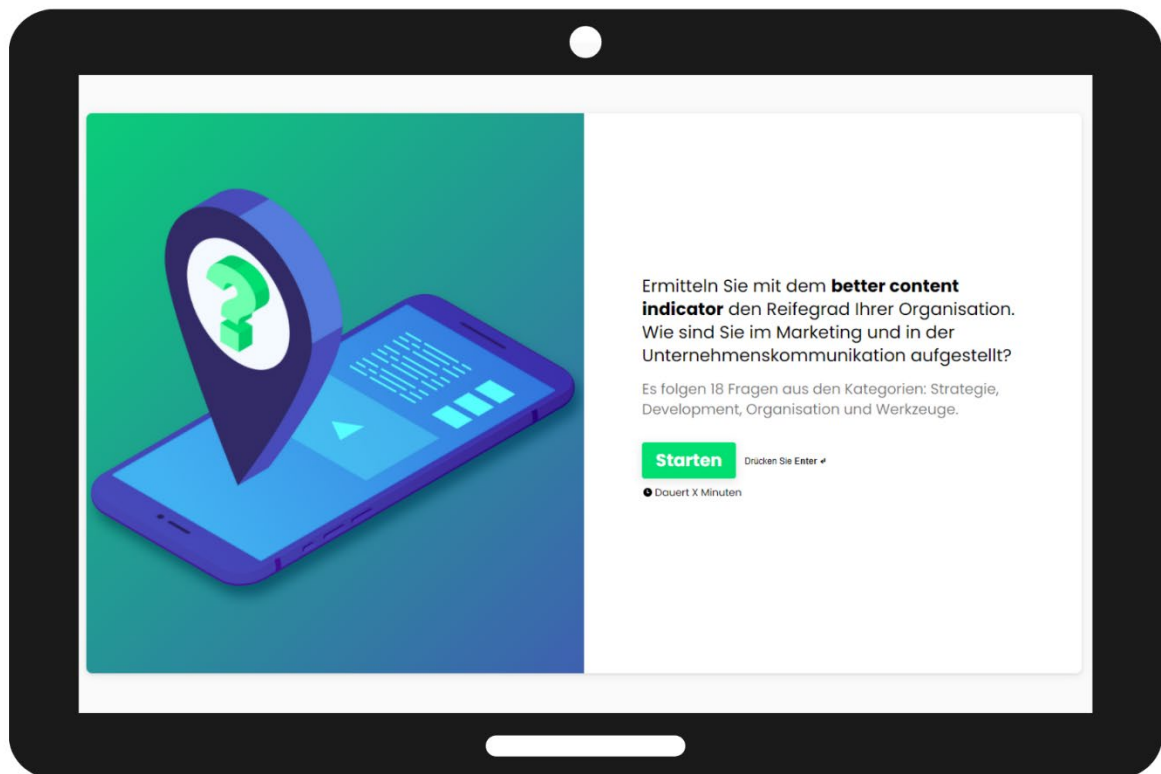
Diese Grundlagen waren bei dem gemeinsamen Kunden im Rahmen der Transformation zum Newsroom gelegt worden. „In Workshops haben wir gemeinsam erarbeitet, welche aus der Unternehmensstrategie abgeleiteten Ziele für Kommunikation und Marketing relevant sind und wie wir diese messen können. Zudem war es wichtig, Zielgruppen aus den unterschiedlichen Buying Centers zu identifizieren und die in der Kommunikation eingesetzten Kanäle und Formate auf die Affinitäten der Zielgruppen hin anzupassen“, erläutert Robert Mangelmann einige der strategischen Eckpfeiler, die gemeinsam erarbeitet wurden und heute die Grundlage dafür bilden, die Content-Collaboration-Plattform sinnstiftend einzusetzen.



Der ganzheitliche Ansatz, eine Kommunikations-Strategie zu erstellen oder eine bestehende zu überprüfen und die Effizienzgewinne durch die Nutzung einer digitalen Newsroom-Lösung sichtbar zu machen, überzeugte auch weitere Kunden, die dirico und die firma mittlerweile gemeinsam beraten haben.

die firma und dirico gehen strategische Partnerschaft ein

Nun wollen dirico und die firma diese Zusammenarbeit auf ein nächstes Level heben. Gemeinsam haben sie das better content collective gegründet und wollen damit Unternehmen helfen, noch besseren Content zu erstellen, zu verwalten und zu veröffentlichen. Sie richten sich damit an Unternehmen, die auf effiziente Art und Weise relevante Inhalte entwickeln wollen, die bei ihren Zielgruppen ankommen und die gewünschten Reaktionen hervorrufen sollen.



Als erstes kostenfreies Angebot stellen sie nun auf www.better-content-collective.de einen Fragebogen zur Verfügung, der über die vier Kategorien Organisation, Strategie, Development und Werkzeuge Entscheider*innen eine Standortbestimmung zu ihrer Kommunikations- und Marketingarbeit liefert.

Sascha Böhr und Robert Mangelmann sind überzeugt, dass ihre Initiative den Verantwortlichen dabei hilft, einen spürbaren Wertbeitrag zur Erreichung der Unternehmensziele zu leisten und den Beweis anzutreten, als Unternehmen in Kommunikation und Marketing zu investieren.

Über die Strategieagentur die firma . experience design

Durch die Kombination von Marke mit Customer Experience und internem Kulturwandel gestaltet das interdisziplinäre Team ganzheitliche Strategien für visionären Aufbruch, aktivierende Kommunikation und effiziente Zusammenarbeit.

Über das Unternehmen 247GRAD Labs

Die 247GRAD Labs GmbH ist ein Software-Unternehmen aus Koblenz. Das von Sascha Bühr gegründete und heute mehr als 60 Mitarbeitende starke Unternehmen entwickelt und vertreibt die Content-Collaboration-Plattform dirico.

Über dirico

Unternehmenskommunikation, Marketing, Corporate Newsrooms und Agenturen – hier kommt die Content-Collaboration-Plattform dirico zum Einsatz. Sie hilft Unternehmen dabei, die Planung, Erstellung, Veröffentlichung und Analyse all ihrer Kommunikationsmaßnahmen einfacher, transparenter und effizienter zu gestalten.

Kontakt:

Philipp Scherber
Senior Content Manager
247GRAD Labs GmbH
presse@dirico.io
www.dirico.io
Telefon +49 261 134 941 93

Pressebilder und Logo:

<https://www.dirico.io/presse/>