



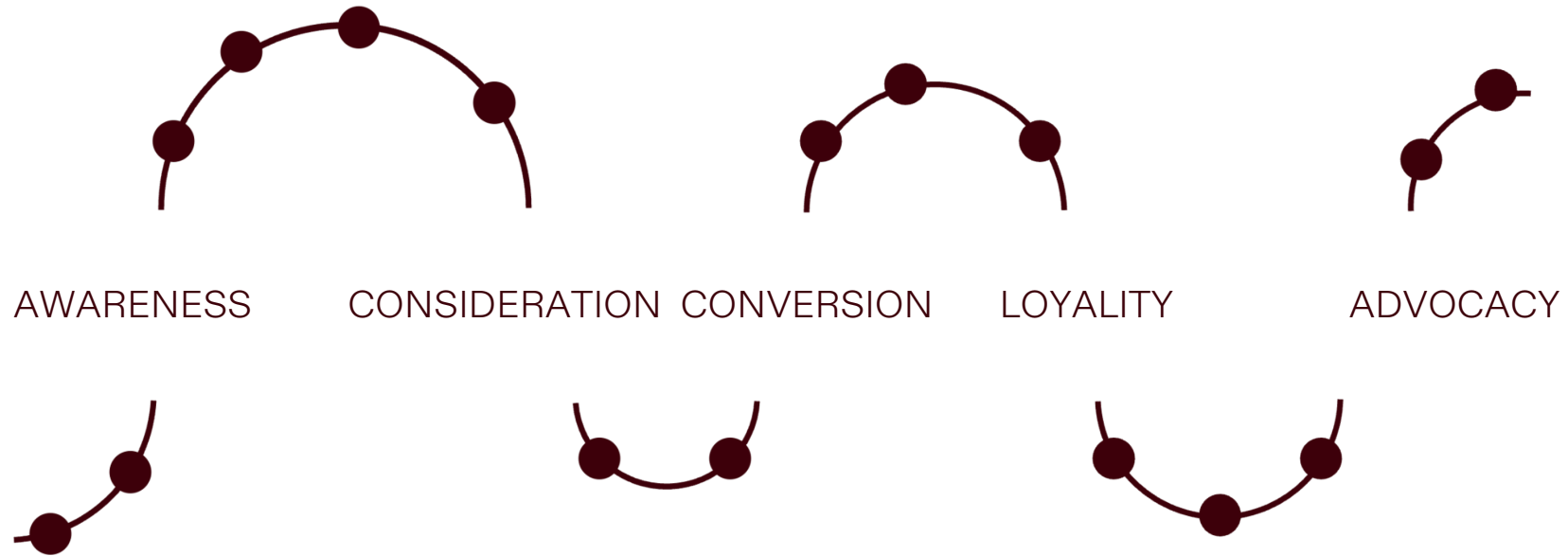
# LOOPING POWERROOM®

WIE MAN EIN BETRIEBSMODELL FÜR EINE EFFIZIENTE KOMMUNIKATION EINRICHTET

# IN A NUTSHELL

Mit mehr als 100 Jahren kollektiver Erfahrung in der Leitung einiger der größten Redaktionen Europas haben wir integrierte Teams aus führenden Redakteur\*innen zusammen mit Datenwissenschaftler\*innen, Strategen und Kreativen aufgebaut, die es Marken ermöglichen, zu erstklassigen Publishern zu werden.

Unsere praktischen Erfahrungen beim Aufbau und Betrieb von Newsrooms qualifizieren uns in besonderer Weise für die Schaffung oder Optimierung erfolgreicher Content-Publishing-Plattformen.



Der PowerRoom® zahlt sich an allen Touchpoints der Customer Journey aus

# Die Herausforderung





# POWER NEEDED

Die Art und Weise, wie wir Informationen abrufen und Nachrichten übermitteln, ändert sich jede Minute. Digitale Medienplattformen und -technologien entwickeln sich pausenlos weiter. Und vertraute Orientierungspunkte wie die Grenzen zwischen PR und Marketing verlieren zunehmend an Bedeutung.

Diese ständigen, rasanten Veränderung in der Kommunikation bedeuten, dass Unternehmen und ihre Marken über ein breites Spektrum von Kanälen mit ihren Zielgruppen interagieren können – umfassend, schnell, abgestimmt und proaktiv.

# Die Herangehensweise



# POWER SOURCE

Ein Newsroom kann die Kraft der Kommunikation und des Marketings für Ihr Unternehmen freisetzen.

Er ist die Heimat für Medienberichte und Unternehmensnachrichten.

Er verbindet Ihr Unternehmen mit der Öffentlichkeit und allen Zielgruppen.

Er ist die Drehscheibe für Ihre interne Kommunikation.

Es ist der Ort, an dem Sie Ihre eigenen Botschaften kontrollieren können.

Er bietet alles, was Journalist\*innen brauchen, um eine gute Geschichte erzählen zu können.

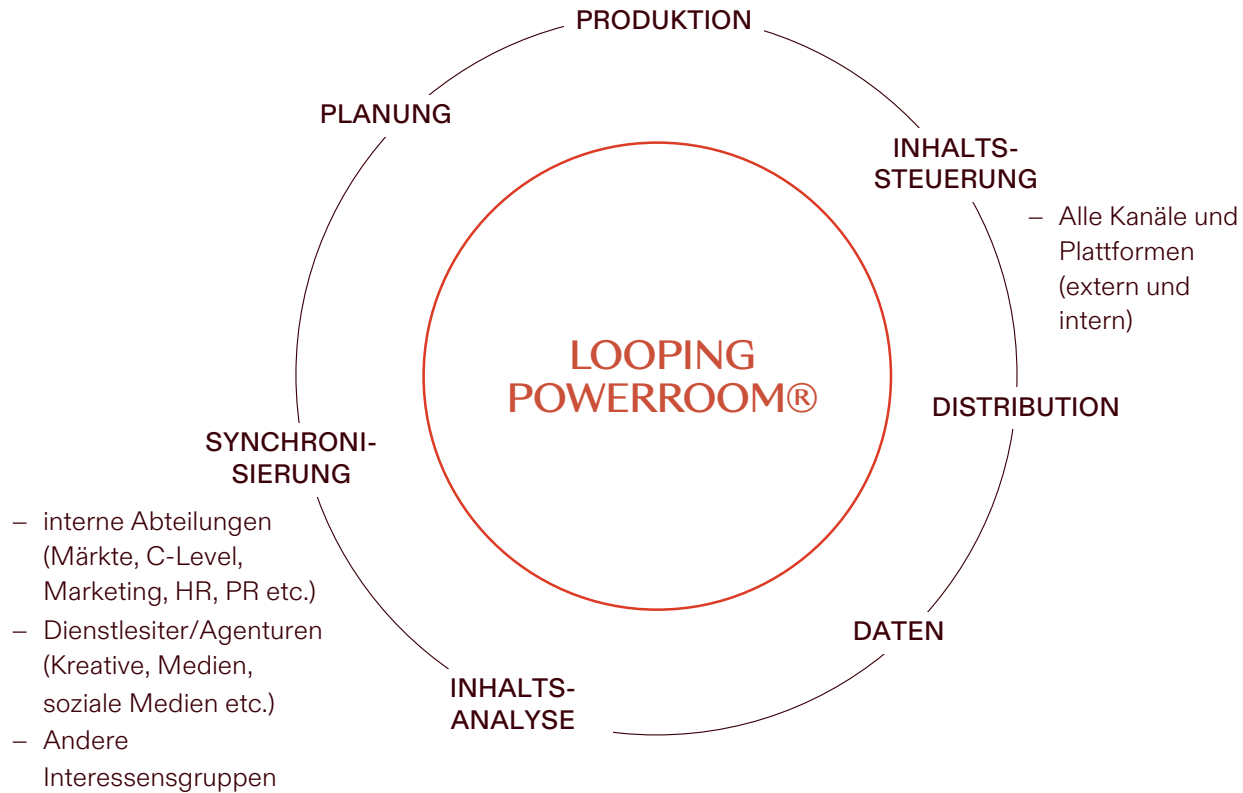
Newsrooms halten Ihr Unternehmen im Gespräch.

# POWER SUPPLY





**MARKE**



**ZIELGRUPPE**



**Der PowerRoom® ist ein ganzheitlicher Ansatz für den Corporate Newsroom**

# Das Leistungsangebot



# POWER LEVELS

**STUFE 1:** Operative Analyse

**STUFE 2:** Optimierungsphase

**STUFE 3:** Umsetzungsphase

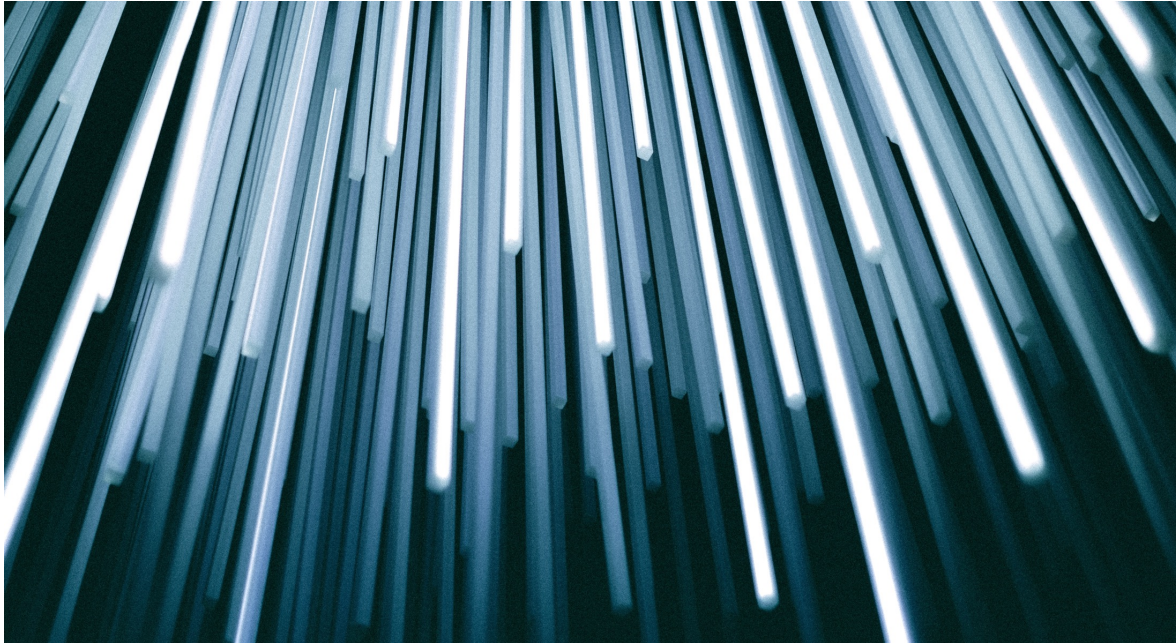
## ERWEITERUNGEN

**ZUSATZ 1:** Überprüfung von Daten-Setup und Workflow-Tools

**ZUSATZ 2:** Content- & Kanalstrategie, Aufbau der Dateninfrastruktur, Installation des LOOPING PowerRoom® Kalenders

**ZUSATZ 3:** Erstellung von Inhalten, Messung der Markenwirkung, Generierung und Optimierung von KI-Inhalten

## STUFE 1



Wir analysieren bis zu sechs Wochen lang die bestehenden Prozesse und Strukturen der Unternehmens- und Marketingkommunikation.

Dazu gehören Einzelgespräche mit allen wichtigen Beteiligten in allen relevanten Teams und Abteilungen. Außerdem überprüfen wir alle Unterlagen, in denen etablierte Betriebsabläufe und Verfahren beschrieben sind.

Wir ermitteln die operativen und strategischen Herausforderungen sowie die wichtigsten Maßnahmen, die für einen echten Wandel und für den optimalen Betrieb eines Newsrooms notwendig sind.

# Operative Analyse



## STUFE 2



# Einrichtung & Optimierung

Nach der Vorstellung unserer Analyse starten wir gemeinsam mit Ihnen einen intensiven vierwöchigen Sprint, um erstklassige Newsroom-Funktionen aufzubauen oder neu zu gestalten.

Der LOOPING PowerRoom® ist so konzipiert, dass er alles kann, was ein klassischer Newsroom kann, aber durch die Integration von Social Listening und Datenanalysen auch den Zielgruppen zuhört. Er bindet durch transparente Prozesse und eine gemeinsame, datengestützte Planung alle relevanten Abteilungen Ihres Unternehmens oder Ihrer Organisation ein.

Das Resultat: eine wirklich integrierte Kommunikation, bessere Koordination aller Kanäle, einheitlichere Kommunikation mit den Zielgruppen, effizientere Kollaboration und schnellere Reaktionszeiten.

## STUFE 3



Auf der Grundlage einer mit allen Beteiligten abgestimmten Redaktionsstrategie begleiten wir unsere Kund\*innen bei der Einführung neuer Prozesse und Strukturen in ihrem Unternehmen.

Unsere erfahrenen Redakteur\*innen und Strateg\*innen nehmen an Redaktionskonferenzen teil und sind dort als Berater\*innen und Coaches tätig.

Während dieser Einführungsphase geben wir die Kontrolle schrittweise an unsere Kund\*innen ab.

# Umsetzung

## ZUSATZ 1



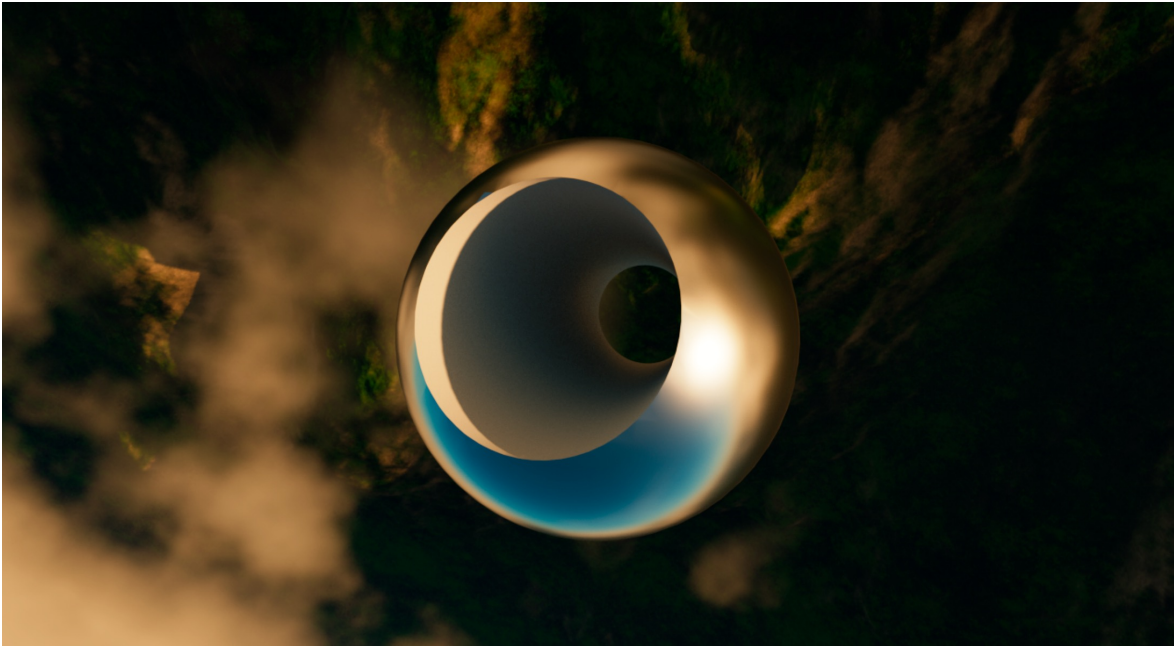
# Daten & Tools

Eine zeitgemäße Kommunikation setzt auf digitale Tools und Workflows sowie auf Datenanalysen. Aus diesem Grund empfehlen wir zusätzlich eine umfassende Überprüfung der technischen Infrastruktur Ihres Kommunikations- und Marketingbereichs durch unsere Datenexpert\*innen.

Wir liefern Ihnen eine umfassende, kritische Bestandsanalyse Ihrer MarCom-IT-Infrastruktur und, falls erforderlich, Empfehlungen zur Implementierung von KPI-Metriken, Daten-Dashboards sowie Redaktions- und Planungstools.



## ZUSATZ 2



# Content- & Kanalstrategie

Zusammen mit der Optimierung des Newsroom-Betriebs entwickeln wir auf Wunsch auch eine Content- und Kanalstrategie, die für alle Stakeholder des PowerRooms® der Orientierung dient und als transparente Entscheidungsgrundlage fungiert.

Dazu arbeiten unsere Expert\*innen daran, die Inhalte und Botschaften in den richtigen Kanälen für die richtigen Zielgruppen zu optimieren oder ganz neu aufzusetzen.



## ZUSATZ 3



# Content- Kreation

Der Pulsschlag eines guten Newsrooms – das sind die Inhalte, die er produziert, in Form von Texten, Bildern, Grafiken und Filmen.

Viele unserer Kund\*innen haben bereits Redakteur\*innen und Designer\*innen im Haus, die einen PowerRoom® mit Content beliefern können. Sollte dieses Redaktionsteam aber noch nicht stehen oder das Unternehmen dafür zu klein sein, übernehmen wir bei Bedarf diese Aufgabe.

Dazu beauftragen wir die Autor\*innen und Kreativen von LOOPING mit der Erstellung hochwertiger redaktioneller Inhalte, die über verschiedene Medienkanäle verbreitet und geteilt werden. In unsere Services können wir auch die Messung der Markenwirkung, Community Management sowie Generierung und Optimierung von KI-Inhalten integrieren.



# POWER DRIVE

## **Unser Team**

Wir sind Journalist\*innen, Strateg\*innen, Berater\*innen, Kreative und Datenexpert\*innen. Gemeinsam verfügen wir über all das Fachwissen, das Sie benötigen.

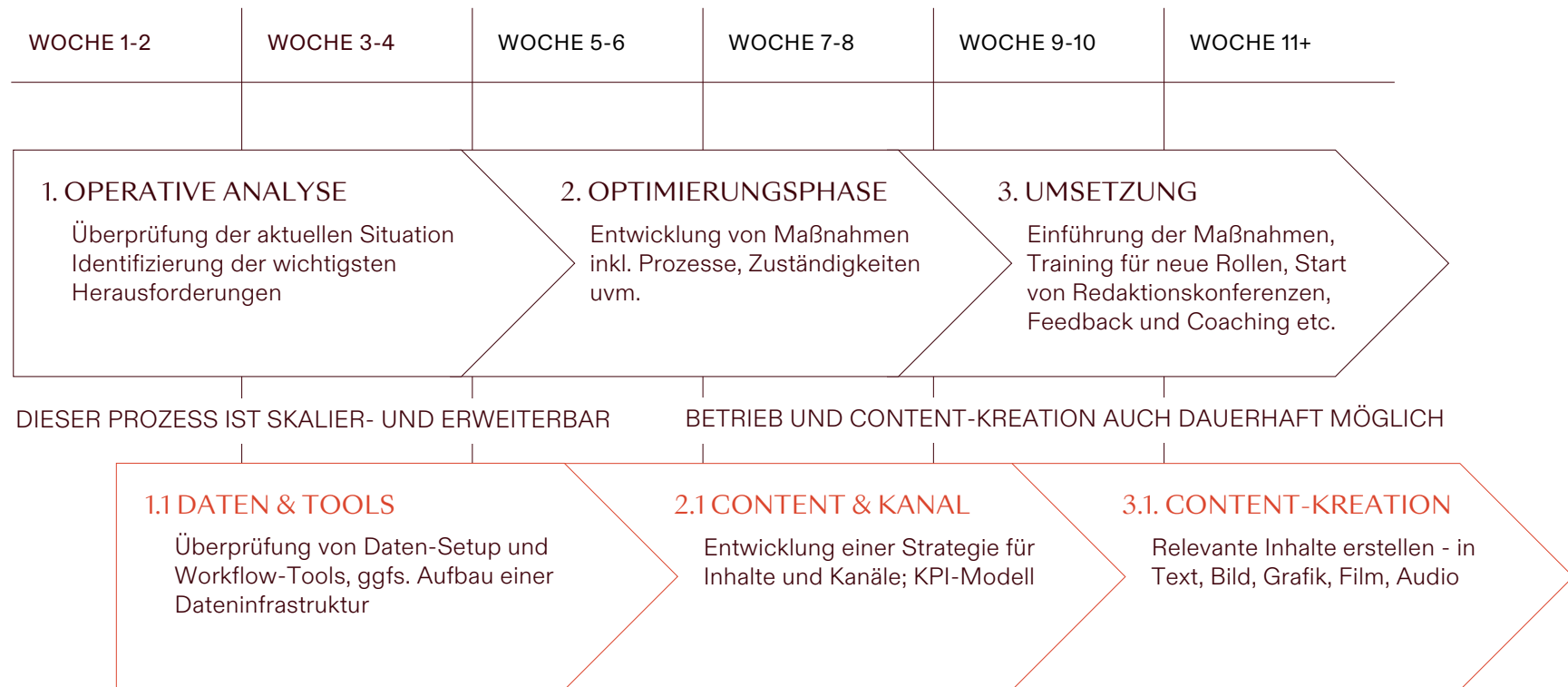
## **Unser Know-how**

Wir kennen Newsrooms von innen. Und wir haben eine nachgewiesene Erfolgsbilanz beim Aufbau und der Optimierung von Newsrooms für globale Konzerne wie Mercedes-Benz und Allianz sowie für verschiedene KMU oder den öffentlichen Sektor.

## **Unsere Motivation**

Wir wollen die Dinge für Sie besser machen. Anstatt Sie mit Strategiepapieren alleinzulassen, begleiten wir den Start Ihres Newsroom, bis er so funktioniert, wie Sie sich das wünschen.

# WIE WIR BEI DER NEWSROOM-BERATUNG VORGEHEN



# KOMPAKT: ACHT GRÜNDE FÜR UNSER NEWSROOM-CONSULTING

1. Wir haben einen enormen **Track Record** beim Aufbau von Newsrooms, der Entwicklung von Kommunikationsstrategien und der Integration von Marketing und Kommunikation.
2. Unsere Journalist\*innen, Strateg\*innen und Daten-Analyst\*innen bringen zusammen rund **100 Jahre Erfahrung in Newsrooms** mit.
3. Unsere Journalist\*innen haben in leitenden Positionen in erstklassigen deutschen Medien gearbeitet– sie **sind darauf trainiert, von den Zielgruppen her zu denken**.
4. Wir gehen Projekte ganzheitlich an und können dank der LOOPING GROUP **bei Bedarf alle nötigen Gewerke aus einer Hand** anbieten, von Data Analytics über Strategie zu Kreation und Content Produktion.
5. Wir nehmen die Teams der Kund\*innen von Anfang an mit und **integrieren die Mitarbeitenden proaktiv** in der Gestaltung des kommenden Changes.
6. Wir entwickeln nicht nur datenbasierte und pragmatische Optimierungsmaßnahmen, sondern **coachen unsere Kund\*innen, wenn gewünscht, auch bei der Implementierung** dieser Maßnahmen.
7. Auf Wunsch **übernehmen wir auch permanent Newsroom-Steuerung**, Daten-Analyse sowie Content-Produktion.
8. Jedes Beratungsprojekt ist skalierbar auf die Bedarfe unserer Kund\*innen. Durch den Aufbau in Modulen **hat der/die Kunde/Kundin jederzeit die volle Transparenz und die komplette Kontrolle**.



# IHR KONTAKT ZU UNS



**ROMAN HEFLIK**

*Director Newsroom*

E-Mail:

[rhe@looping.group](mailto:rhe@looping.group)

Telefon:

0174 3144869



**LAURA MARIA SELKE**

*Newsroom Consultant*

E-Mail:

[lms@looping.group](mailto:lms@looping.group)

Telefon:

0152 54595301

*Wenn Sie Fragen haben, zögern Sie bitte nicht, uns zu kontaktieren. Wir freuen uns, von Ihnen zu hören!*

# Die Ergebnisse



# POWER STATIONS

## **MERCEDES-BENZ**

Wie wir die HQ-Steuerung der Märkte verbessert haben

## **ALLIANZ**

Wie wir Silos losgeworden sind

## **NIO**

Wie wir ein Betriebsmodell für eine schnelle Skalierung entwickelt haben

## **GASAG**

Wie wir die Tool-Infrastruktur optimiert haben

## **STADT KÖLN**

Wie wir einen physischen Newsroom aufgebaut haben

## **BMW**

Wie wir PR und Marketing synchronisiert haben

## **AOK**

Wie wir die zentralisierte Kommunikation gestärkt haben und warum das sinnvoll war



# MERCEDES-BENZ

## WIE WIR DIE HQ-STEUERUNG DER MÄRKTE VERBESSERT HABEN

### **Herausforderung:**

Es fehlte an Koordination zwischen Marketing und Unternehmenskommunikation. Es gab zu wenig Daten über das Verhalten der Zielgruppen und über die Produktion von Inhalten. Es galt, eine einheitliche strategische Ausrichtung, eine Steuerung von Dienstleistern und eine Koordination zwischen Zentrale und Märkten einzurichten.

### **Herangehensweise:**

Wir errichteten den Mercedes-Benz Global PowerRoom® mit einer datenbasierten Steuerung aller Stakeholder. Dazu führten wir unter anderem neue Prozesse und eine Konferenzstruktur zur Synchronisierung von Marketing, Unternehmenskommunikation, Märkten und den Dienstleistern ein.

### **Ergebnisse:**

Messbar größere Kommunikationswirkung, niedrigere Kosten für Content-Produktion, kürzere Reaktionszeiten, bessere Zusammenarbeit aller Stakeholder, leichtere strategische Planung.



# ALLIANZ

## WIE WIR DIE SILOS LOSGEWORDEN SIND

### **Herausforderung:**

Aufgaben war die Verbesserung der Effizienz der bestehenden Kommunikationsabteilung und eine abteilungsübergreifend bessere Zusammenarbeit aller Kommunikationsbeteiligten.

### **Herangehensweise:**

Wir entwickelten neue redaktionelle Prozesse, implementierten eine neue Content-Strategie, installierten eine neue Dateninfrastruktur, führten Schulungen für die Mitarbeitenden durch und coachten die leitende Redakteur\*innen.

### **Ergebnisse:**

Für die Allianz führte dies zu einer Steigerung der Effizienz des bestehenden Newsrooms unter anderem durch eine ständig mögliche Leistungskontrolle, verbesserte die Zusammenarbeit zwischen den Teams und ersetzte das bisherige Arbeiten in Silos. Durch die Schulungen und Coachings befähigten wir die Mitarbeitenden, die neuen Strukturen wirklich nachhaltig zu leben.







# NIO

WIE WIR EIN BETRIEBSMODELL FÜR EINE SCHNELLE SKALIERUNG ENTWICKELT HABEN

**Herausforderung:**

NIO benötigte für den Eintritt in zehn europäische Märkte bis 2024 ein Betriebsmodell für die europäische Unternehmenskommunikation, das schnell skalieren kann und dennoch mit der Botschaft von NIO übereinstimmt.

**Herangehensweise:**

Wir entwickelten ein Betriebsmodell für die europäische Unternehmenskommunikation, das die strategischen Ziele des Kunden erfüllt, insbesondere die Konsistenz der Botschaften, eine schnelle Skalierung, eine agile Krisenkommunikation, die Einhaltung der Datenschutzgrundverordnung sowie den Vertrauensaufbau von europäischen Zielgruppen.

**Ergebnisse:**

Das Betriebsmodell der LOOPING GROUP dient NIO als strategische Orientierung zum derzeitigen Aufbau seiner europäischen Unternehmenskommunikation.

# GASAG

## WIE WIR DIE TOOL-INFRASTRUKTUR OPTIMIERT HABEN

### **Herausforderung:**

Die Gasag wollte herausfinden, wie sie ihre kommunikative Positionierung optimieren und technische Hindernisse in ihrer Kommunikation überwinden kann.

### **Herangehensweise:**

Auf der Grundlage einer ersten Analyse und nachfolgender Workshops definierten wir neue, verbesserte Prozesse und entwickelten KPI-gesteuerte Dashboards. Außerdem führten wir operative und redaktionelle Schulungen für die Mitarbeitenden durch, um den langfristigen Erfolg der neu eingeführten Prozesse und Arbeitsabläufe zu gewährleisten.

### **Ergebnisse:**

Erfolgreicher Start des Newsrooms, datengesteuerte Content-Produktion nach einem klaren Zielsystem, Einführung und Visualisierung der Leistungsmessung, verbesserte kommunikative Positionierung des Unternehmens.







# STADT KÖLN

WIE WIR EINEN PHYSISCHEN NEWSROOM ENTWICKELT HABEN

**Herausforderung:**

Eine Neuorganisation der kommunalen Kommunikation war im Zuge einer größeren Verwaltungsreform erforderlich. Die Kommunikationsprozesse und die Synchronisierung der kommunizierenden Abteilungen bedurften einer vollständigen Modernisierung.

**Herangehensweise:**

Wir nahmen eine umfassende Analyse der kommunalen Kommunikation vor und entwickelten eine moderne Kommunikationsstrategie für die gesamte Stadt. Darauf aufbauend richteten wir einen physischen Newsroom ein.

**Ergebnisse:**

Der moderne Kommunikationsansatz wurde genau auf die Bedürfnisse des Kunden zugeschnitten, um ein schnelles, digitales und silofreies Handeln der Stadt Köln zu ermöglichen. Dadurch konnte die Effektivität und Effizienz deutlich gesteigert werden. Der Pressesprecher des Oberbürgermeisters der Stadt Köln bekräftigt: "LOOPING hat uns in unserer Kommunikation einen enormen Schritt nach vorne gebracht."

# BMW

## WIE WIR PR UND MARKETING SYNCHRONISIERT HABEN

### Herausforderung:

BMW beabsichtigte, seine Kommunikation und sein Marketing sowie den eigenen Newsroom zu reorganisieren. Darüber hinaus galt es, einen grundlegenden Prozess zu entwickeln, der für die Unternehmenskommunikatoren der gesamten BMW Group weltweit verbindlich ist.

### Herangehensweise:

Für eine bessere Synchronisation von Marketing und Unternehmenskommunikation bei BMW wurden Interviews und Workshops durchgeführt, um Herausforderungen und mögliche Maßnahmen zu identifizieren. Eine neue Struktur mit neuen Rollen, Funktionen und Prozessen mit dem bzw. im Newsroom wurden entwickelt. Zudem wurde ein digital gestützter Basisprozess und ein Handbuch für alle Unternehmenskommunikator\*innen erstellt.

### Ergebnisse:

Es wurden alle Schwachstellen in der Zusammenarbeit von Marketing und Group-Com offengelegt sowie 50 Maßnahmen zur Verbesserung identifiziert und bewertet. Zudem wurde die Effizienz des Newsrooms gesteigert und eine klare Rollenverteilung innerhalb der Unternehmenskommunikation entwickelt.







# AOK

WIE WIR DIE ZENTRALISIERTE KOMUNIKATION GESTÄRKT HABEN UND WARUM DAS SINNVOLL WAR

## **Herausforderung:**

Der AOK-Bundesverband wollte die Arbeit seines Newsrooms, des sogenannten Contentrooms, als zentrale Schnittstelle zu den elf regionalen AOKs verbessern. Das umfasste alle Abläufe und das gemeinsame Zusammenspiel in Print, Online und Social Media.

## **Herangehensweise:**

LOOPING führte systematisch mit den jeweiligen Stakeholdern (im Bundesverband und in den Regionen) Interviews durch und entwarf auf dieser Basis für jeden Bereich effizientere Prozesse, verbindliche Kollaborationsregeln und klare Briefingvorlagen.

## **Ergebnisse:**

Die ergriffenen Maßnahmen bewirkten eine bessere Integration der Regionen in den zentralen Content-Prozess (Online und Print), kürzere Produktions- und Abstimmungszyklen sowie geschärfte Verantwortungsrollen und eine gestraffte Konferenzstruktur.



# Über die LOOPING GROUP

Wir glauben, dass jeder Mensch, jedes Unternehmen, jede Marke eine Geschichte zu erzählen hat. Diese Geschichten verdienen es, mit Integrität, Überzeugung und Herz erzählt zu werden. Wir kombinieren Daten mit journalistischer Sorgfalt und kommerziellem Elan, um Geschichten zu entwickeln, die einen bleibenden Eindruck hinterlassen. Und wir befähigen mit Strategien, Strukturen, Prozessen und Tools unsere Kunden dazu, diese Geschichten zur richtigen Zeit den richtigen Zielgruppen zu erzählen.



YOUR  
NEWSROOM  
STARTS  
HERE



# LET'S TELL YOUR STORY

[newbusiness@looping.group](mailto:newbusiness@looping.group)



# DAS KÖNNTE SIE AUCH INTERESSIEREN...

## Das LOOPING-Produktportfolio

NARRATIVE

POWERROOM®

BRAND PROTECTION

SUSTAINABILITY LOOP

COMMAND CENTRE

ONEPRODUCTION®

SOCIO

LOOIFY

LUXURY LOOP

HUMANVERSE

START-UP SOLUTIONS

CORPORATE CULTURE PROGRAM

LOOPING GROUP



YOUR  
STORY  
STARTS  
HERE