

Pressemitteilung

innogy und C3 gründen Joint Venture

- **innogy baut Kommunikation um**
- **Hoch integrierte Kommunikation ohne Trennung zwischen extern und intern**
- **Hybride Digitaleinheiten unterstützen alle Geschäftsfelder**

Essen, Berlin, den 15. Februar 2018 – innogy SE und C3 gründen ein Joint Venture für digitale 360 Grad Kommunikation. Die neue hybride Agentur innogy.C3 GmbH wird am Standort Essen zunächst rund 50 Mitarbeiter beschäftigen. Die Anteilsmehrheit und die unternehmerische Führung liegen beim europäischen Content Marketing Network C3.

Die innogy.C3 GmbH wird von einem vierköpfigen Geschäftsführerteam geführt. Diesem gehören neben dem C3 Geschäftsführer Burkhard Tewinkel und dem neu zu C3 stoßenden Content Marketing Experten Marcus Bilgeri mit Cord Dreyer und Nicolas Karck auch die innogy Leiter von Digital Communications Hub (DCH) und International Digital Channels (IDC) an. C3 Content-Chef Tom Levine, der die Entwicklung mit einem Berliner Team von Anfang an begleitet hatte, bleibt als Berater eng am Projekt beteiligt.

Interne Umstrukturierung bei innogy

Der innovative Energiedienstleister innogy SE wird nun auch bei der digitalen Kommunikation zum Trendsetter: Erstmals in der Geschichte des Unternehmens bricht innogy nicht nur die traditionellen Grenzen zwischen interner und externer Kommunikation auf, sondern auch die zwischen Unternehmens- und Marketing- bzw. Produkt-Kommunikation.

Der DCH, Digital Communications Hub, steuert künftig bei innogy die digitale Kommunikation über Website und Social Media Kanäle. Gleichzeitig ist das DCH für die interne Kommunikation bei innogy zuständig und unterstützt das Employer Branding. Das IDC, International Digital Channels, sorgt künftig für den technisch reibungslosen Ablauf der gesamten digitalen Kommunikation und damit einer einheitlichen, positiven Customer Experience.

Im DCH wird es im Wesentlichen um die Produktion von Inhalten gehen, die bruchlos über verschiedene Kanäle ausgespielt werden können. Auch die Orchestrierung von Websites und sozialen Profilen findet hier statt. Dabei setzt die innogy SE verstärkt auf die Instrumente des Content Marketing, also auf das gezielte, datengetriebene Einsetzen von Inhalten, die für klar definierte – interne und externe – Zielgruppen hohe Relevanz besitzen und ertragsfördernd eingesetzt werden können. Zudem wird die nötige Content Strategie im DCH weiterentwickelt.

Das IDC erweitert das Leistungsspektrum über den Content Marketing Ansatz hinaus in Richtung „Integrated Marketing Communication“. Es erarbeitet nicht nur die für erfolgreiches Content Marketing nötigen Analyse-Daten über Nutzerverhalten, Marktbedürfnisse oder Netz-Trends, sondern sorgt auch dafür, dass die verschiedenen digitalen Angebote des Konzerns an Benutzbarkeit, Design und technischen

Möglichkeiten den hohen Qualitätsansprüchen der Nutzer jederzeit genügen.

Im IDC werden zudem alle Werkzeuge des datengetriebenen Online und Social Media Marketings bereitgestellt. So können dank der Unit digitale Media-Budgets effizienter und effektiver eingesetzt werden.

Während im DCH in erster Linie erfahrene Konzern-Kommunikatoren, Online Journalisten und Social Media Redakteure sowie eine Video- und Foto-Redaktion zusammengefasst sind, ergänzt durch Prozess- und Projektmanagement und Content Strategie, bündelt das IDC diverse eher technische Rollen, von Analytics, Business Intelligence und Data Science über UX/UI (User Experience und User Interface Design) zu Performance Marketing und Development.

Die Rolle von innogy.C3 GmbH

Der Ansatz von innogy, künftig alle Disziplinen der digitalen Kommunikation zu bespielen, benötigt externe Ressourcen, die innerhalb des Unternehmens nur unzureichend vorhanden sind. Deshalb übernimmt das neue Joint Venture zahlreiche Aufgaben rund um Agenda Setting, Content Creation, Social Media, User Experience und Interaction Design, Data Science und Business Intelligence, Development sowie Performance Marketing. Das passgenau auf die innogy Bedürfnisse zugeschnittene Joint Venture gewährleistet dabei eine hoch effektive Unternehmens- und Marketingkommunikation.

innogy-Public Affairs- und Kommunikationschef Peter Heinacher sagt: „Wir gehen bei innogy völlig neue Wege und verbinden Unternehmens-, Marketing- und Produkt-Kommunikation. Darüber hinaus betreten wir Neuland in der Zusammenarbeit mit Agenturen. Die Anforderungen der digitalen Kommunikation und des digitalen Marketings sind so komplex geworden, dass sie nur in engster Kooperation zwischen Kunden und einer Customized Agency bewältigt werden können. Wir profitieren darüber hinaus von hohen Effizienzgewinnen und können zusätzliche Kompetenzen mit geringeren Kosten aufbauen.“

Cord Dreyer, Leiter DCH bei innogy SE, sagt: „Durch das Gemeinschaftsunternehmen mit C3 schafft sich innogy Möglichkeiten, agil auf neue Entwicklungen zu reagieren und laufend von innovativen Anstößen aus der Agenturgruppe zu profitieren. Zugleich nehmen wir unsere eigenen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit in die digitale Zukunft.“

Burkhard Tewinkel, C3-Geschäftsführer am Standort Berlin, sagt: „Mit der innogy.C3 GmbH gehen wir erstmals eine institutionelle Verbindung mit einem großen Kunden ein. Unser Joint Venture geht dabei weit über die bisher bekannten „Customized Agency“-Konzepte hinaus, die sich in der Regel auf die gemeinsame Entwicklung und Umsetzung klassischer Werbung beschränken. Wir bauen hier gemeinsam eine echte hybride Agentur über den gesamten Wertschöpfungsprozess der digitalen Kommunikation.“