

---

## Mercedes-Benz stärkt Redaktionskompetenz

Mercedes-Benz wird ab 2017 alle redaktionellen Inhalte der Marke gezielter an den Wünschen der Kunden ausrichten. Dazu wird im Marketing und in der Unternehmenskommunikation ein neues Redaktionsnetzwerk aufgebaut.

Im Marketing entsteht hierzu ein neues, externes Redaktionsteam unter dem Namen „Looping Group“ – zunächst mit Sitz in Hamburg und München – speziell zugeschnitten auf die Bedürfnisse von Mercedes-Benz. Dieses Team wird als Dienstleister das im Marketing neu entstehende „Media- und Content-House“ unterstützen und hat die Aufgabe, Marken- und Produkt-Inhalte für die verschiedenen Plattformen von Mercedes-Benz zu erstellen. Es setzt sich aus Redakteuren rund um Dr. Dominik Wichmann zusammen, der viele Jahre lang das Magazin der „Süddeutsche Zeitung“ sowie des „Stern“ leitete. Er wird diese Aufgaben zusätzlich zu seiner Rolle als Berater und Moderator der Innovations-Konferenz DLD bei Hubert Burda Media wahrnehmen.

Zusätzlich wird das Media- und Content-House die redaktionelle Erstellung und Koordination der digitalen Inhalte für die Mercedes-Benz-Webseiten, die „Mercedes me“-Plattformen sowie die Social-Media Kanäle der Marke nach und nach ins Portfolio integrieren.

Im Bereich Globale Kommunikation der Daimler AG wird gleichzeitig das interne Redaktionsteam ausgebaut, um der stetig wachsenden Bedeutung von „Owned Media“ Rechnung zu tragen. „Unsere Kunden trennen zwischen guten und weniger guten Inhalten – nicht zwischen Kanälen oder Abteilungen“, erläutert Jörg Howe, Leiter der globalen Kommunikation bei Daimler, das neue Konzept. (ampnet/jri)

---

## Bilder zum Artikel



Mercedes-Benz.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Daimler