

Die Onlinefabrik erweitert ihr Portfolio um Content Marketing, Blogger Relations und PR

- *Kooperation mit Full-Service Blogger Agentur Zeitdeck gestartet*
- *Baut auf neue Unit Content and Communications bei Die Onlinefabrik auf*

Berlin, 23. Juli 2015. Die Onlinefabrik, Agentur für digitale Kommunikation, kooperiert ab sofort mit der Blogger Agentur Zeitdeck. Den Kunden beider Agenturen werden künftig Planung und Umsetzung digitaler Kommunikationsmaßnahmen aus einer Hand angeboten. Zeitdeck wird in diese Kooperation seine zwölfjährige Erfahrung in Blogger Relations und Blogger Events einbringen. „Bloggen ist der Kern des dezentralen Internets, eine Art Baseline der Knotenpunkte im digitalen Kapillarsystem“, sagt Gerd Stodiek, Geschäftsführer bei Zeitdeck. „Wir bringen Marken in den Dialog mit ihren Kunden und sehen deshalb die Kooperation als natürliche Entwicklung: Die Mediakampagnen von Die Onlinefabrik funktionieren ganzheitlich und denken weniger an gängige, oft kurzfristige Konzepte.“ Die Kooperation folgt auf die Einstellung von Lina Klespe als Leader Content and Communications Anfang Juli bei Die Onlinefabrik. Klespe leistet neben dem Aufbau der Abteilung zentrale Schnittstellenfunktion zu den Media-Planungsgruppen. Über die Verknüpfung werden Online-Mediaplanungen an Content- und PR-Strategien anschlussfähig gemacht.

Marken online dialogfähig machen

Mit dem doppelt erweiterten Angebot passt sich Die Onlinefabrik an die Erfordernisse eines Marktes an, der Kommunikation und Marketing zunehmend ganzheitlich begreift. Benjamin Birkner, Head of Business Development bei Die Onlinefabrik, kommentiert: „Online wird bisher immer noch zu sehr nach den Maßstäben des klassischen Marketings, also unidirektional, verstanden und verwendet. Wir wollen unseren Kunden Kampagnen und Maßnahmen anbieten, die nicht mehr Top-Down kommunizieren, sondern inhaltsgetrieben, dialogisch und auf Augenhöhe mit dem Publikum stattfinden. Wir vertreten den Standpunkt, dass Märkte immer auch Gespräche sind.“

Vor diesem Hintergrund sieht Birkner die Ergänzung des Angebots um übergeordnete Kommunikationsstrategien sowie den erweiterten Fokus auf Social Media, Content Marketing, Blogger Relations und PR als nächsten logischen Schritt in der Entwicklung der Agentur, die ihre Wurzeln in der Online-Mediaplanung hat. Die Onlinefabrik will Synergien, die sich aus den technischen Möglichkeiten des Onlinemarketings in Verbindung mit relevanten Inhalten aus Social Media und PR ergeben, für ihre Kunden bestmöglich nutzen. Benjamin Birkner sagt: „Das Potenzial, das technische Lösungen wie beispielsweise Programmatic Advertising und Datenmanagement für kreative Ansprache und Storytelling bieten, ist bei weitem noch nicht ausgeschöpft“.

Über Die Onlinefabrik

Die Onlinefabrik ist eine Agentur für digitale Kommunikation, die an der Schnittstelle von Media, Content und Technik kreative Kommunikationsstrategien und wirkungsvolle Kampagnen inklusive des Mediaeinkaufs plant und umsetzt. Dabei werden alle Kanäle des Onlinemarketings bedient: Display Advertising, SEM/SEO, Social Media, Mobile und Video Marketing sowie Affiliate- und Direct-Marketing. Im Verbund mit den Schwesteragenturen Die Mediafabrik und Die Posterfabrik blickt die Berliner Agentur auf knapp 20 Jahre Erfahrung in der Mediaplanung zurück und entwickelt auch crossmediale Strategien. Zu den Kunden gehören unter anderem das Bundesministerium für Gesundheit, IG Metall, Thüringer Energie sowie GASAG AG.

Die Onlinefabrik wurde 2010 gegründet und ist Mitglied im Bundesverband digitale Wirtschaft (BVDW). Weitere Informationen unter www.dieonlinefabrik.de.

Facebook: <https://de-de.facebook.com/DIEONLINEFABRIK>

Pressekontakt:

Andrea Petzenhammer

Agentur Frische Fische

Telefon: +49(0)30.629011-74

E-Mail: ap@frische-fische.com

Unternehmenskontakt:

Benjamin Birkner

Head of Business Development

DIEONLINEFABRIK

Telefon: +49 (0)30.52684952-23

E-Mail: birkner@dieonlinefabrik.de