

Pressemitteilung

Hamburg, 16. Juli 2018

Neuer OTTO-Newsroom: Corporate Communications im Zeitalter der Plattform

Die Digitalisierung verändert Wirtschaft und Gesellschaft. Doch wie zeigt sich der damit verbundene Wandel eigentlich im unternehmerischen Alltag? Wann entstehen Chancen, wo Herausforderungen? Mit seinem neuen [Newsroom](#) will das Kommunikationsteam des Hamburger Onlinehändlers OTTO Blicke hinter die Kulissen der digitalen Transformation ermöglichen. Mit inspirierenden Geschichten und ungewohnten Perspektiven aus dem Hier und Jetzt mit dem Blick auf das, was kommt.

Statt klassischer Unternehmensinfos soll der OTTO-Newsroom Hintergründe und Themen vermitteln, die die digitale Welt bewegen. Dazu gehören kuriose Geschichten, wie die [Bewältigung eines öffentlichen Konflikts mit dem Rapper Bushido](#), aber auch Tech-Themen wie [Conversational Commerce](#) oder [CGI](#).

„Zu diesen Themen hat OTTO als eines der größten europäischen E-Commerce Unternehmen viel mitzuteilen. Dafür müssen wir aber nicht immer selbst im Mittelpunkt stehen, sondern können vielmehr auch ein glaubwürdiger Mittler sein. Schließlich erleben wir täglich live, wie sich unser Unternehmen verändert“, sagt Martin Frommhold, Bereichsleiter der Unternehmenskommunikation OTTO. „Entsprechend verstehen wir den Newsroom als Online-Magazin für Geschichten der digitalen Wirtschaft – und eben nicht nur als neu aufgelegte Unternehmenswebseite für Presseinfos und PR-Geschichten“.

Frische Einblicke in die Digitalisierung

Damit steht www.otto-newsroom.de auch den Meinungen und Analysen freier Autoren, Brancheninsidern, Netzwerkern oder Influencern offen. Mit Beiträgen von Nadine Neubauer, Brand Development Lead Central Europe bei Instagram, und Tijen Onaran, Gründerin der Initiative Global Digital Women, konnten zum Start gleich zwei Expertinnen gewonnen werden, ihre Sicht auf digitale Trends zu teilen.

Für das OTTO-Kommunikationsteam ist dieser Schritt zu mehr Öffnung und der Beteiligung Dritter nur folgerichtig. „OTTO entwickelt sein Geschäftsmodell vom Händler zur Plattform weiter und öffnet sich stärker für Marken und Partner.

Diesen Ansatz übernehmen wir auch für die Kommunikation. Entsprechend gehören Austausch, Transparenz und Diskursfähigkeit zu unseren Maximen – und wir laden Meinungsmacher sowie Wegbegleiter herzlich dazu ein, bei uns mit wissenswerten Inhalten stattzufinden“, erklärt Martin Frommhold.

Akteure & Redakteure: Neuaufstellung des OTTOCOMMS-Team

Gleichzeitig stellt sich das OTTOCOMMS-Team neu auf und wählt als zukünftige Organisationsform ein Agenturmodell, bestehend aus drei wesentlichen Säulen: Beratung, Redaktion und Entwicklung.

Wie sich OTTOs Kommunikationsteam in den vergangenen Monaten in Vorbereitung auf seinen neuen Newsroom verändert hat – und welche Rolle Kommunikation im Rahmen der Unternehmensstrategie und der Digitalisierung spielt – dazu hat Martin Frommhold im OTTO-Newsroom ein [Editorial](#) geschrieben.

Pressekontakt:

Nick Marten, +49 (0) 40 64 61 4336, nick.marten@otto.de

Martin Frommhold, +49 (0) 40 6461 8630, martin.frommhold@otto.de