



# Newsroom Intelligence

## Digitale Transformation bei der Koelnmesse

**Die Koelnmesse setzt neue Maßstäbe in der Unternehmenskommunikation: Mit der Einführung von Imory als Newsroom-Lösung optimiert sie ihre Prozesse, steigert die Effizienz und etabliert sich als Vorreiter der digitalen Transformation in der Messelandschaft. Ein Blick hinter die Kulissen.**

Die Koelnmesse zählt zu den weltweit führenden Messegesellschaften und bringt jedes Jahr Tausende von internationalen Ausstellern und Besuchern zusammen. Doch mit dieser globalen Ausrichtung steigen auch die Herausforderungen: komplexe Kommunikationsanforderungen, internationale Zusammenarbeit und ein wachsender Bedarf an Effizienz. Gerade für ein überschaubares Team bedeutet dies, mit begrenzten Ressourcen maximalen Output zu erzielen.

Mit Imory hat die Koelnmesse eine digitale Newsroom-Lösung gefunden, die nicht nur Prozesse optimiert, sondern auch eine nahtlose Zusammenarbeit über Ländergrenzen hinweg ermöglicht. Dadurch wird die Unternehmenskommunikation messbar, agil und effizient. In unserem Interview beleuchten wir, wie sich dieser Wandel vollzogen hat, welche Herausforderungen durch das Newsroom-Team gemeistert wurden und welche Zukunftsperspektiven die Messegesellschaft in der weiteren Digitalisierung sieht.

Imory ist der digitale Newsroom für moderne Unternehmenskommunikation. Er bündelt Themen, Teams und Prozesse zentral und macht Planung und Umsetzung transparent.

 **imory** [hello@imory.de](mailto:hello@imory.de) | [www.imory.de](http://www.imory.de)



**„Die Digitalisierung der Unternehmenskommunikation ist kein Selbstzweck, sondern ein entscheidender Hebel für Effizienz, Unternehmensreputation und Wettbewerbsfähigkeit.“**

## Im Interview: **Dr. Jasmin Fischer**, Leiterin Unternehmenskommunikation Koelnmesse

Frau Dr. Fischer, was hat Sie dazu bewegt, eine Newsroom-Lösung wie Imory einzuführen?

**Jasmin Fischer:** Die Unternehmenskommunikation hat sich in den letzten Jahren rasant weiterentwickelt. Die Vielzahl an Kanälen, Themen, die internationale Zusammenarbeit und die steigenden Erwartungen an schnelle und dennoch abgestimmte und präzise Kommunikation sind eine echte Herausforderung. All das wollten wir pannenfrei managen – und gleichzeitig spürbar und messbar mehr Wirkung mit unserer Arbeit erzielen. Zudem arbeiten wir mit einem eher kleinen Team, sodass Effizienz eine entscheidende Rolle spielt. Wir wollten eine Lösung, die nicht nur die Transparenz und Steuerung unserer Kommunikation verbessert, sondern auch unsere Reaktionsfähigkeit erhöht.

Warum fiel die Wahl auf Imory?

**Jasmin Fischer:** Wir haben eine Plattform gesucht, die sich nahtlos in unsere bestehenden Strukturen einfügt und uns gleichzeitig neue Möglichkeiten der strategischen Planung, Produktion und Analyse eröffnet. Wir haben verschiedene Lösungen evaluiert, aber Imory überzeugte uns besonders durch seine themenzentrierte Redaktions- und Publikationsplanung, das agile Taskmanagement und die Möglichkeit, KI-gestützt Inhalte zu erstellen und zu übersetzen. Besonders wichtig war uns auch der Aspekt der Datensicherheit, denn jede Unternehmenskommunikation arbeitet mit sensiblen, vertraulichen Informationen.

Wie hat sich die Arbeit im Team durch die Einführung von Imory verändert?

**Jasmin Fischer:** Der größte Gewinn liegt in der Strukturierung und der besseren Zusammenarbeit. Wir haben jetzt eine zentrale Plattform, auf der alle relevanten Inhalte und Themen zusammenfließen. Das erleichtert die Abstimmung, spart Zeit und hilft uns – bei gleicher Teamgröße und gleichem bis schrumpfenden Budget – deutlich mehr und besseren Content zu produzieren, unsere Kanäle aktiver zu bespielen und so die Koelnmesse deutlich präzenter zu positionieren.

Dass wir in Reputationsrankings inzwischen vorn liegen, liegt eben auch am neuen Betriebsmodell „Newsroom“. Die Qualität und Quantität unserer Kommunikation ist schlicht besser geworden, obwohl wir kaum Ressourcen aufgestockt haben. Auch die KI-gestützte Übersetzung und Inhaltsgenerierung sind bei hohem Zeitdruck ein echter Vorteil, da sie uns helfen, international einheitlich aufzutreten.

Gab es anfänglichen Widerstand gegen die neue Technologie?

**Jasmin Fischer:** Veränderung stößt fast immer auf Skepsis. Das Team hat ja auch ohne Newsroom viel und gut gearbeitet, da ist es erklärungsbedürftig, ein neues Operating Model einzuführen. Die Ergebnisse sind heute jedoch deutlich besser. Und zu sehen, wie viel mehr die eigene Arbeitskraft plötzlich bewirkt – zum Beispiel beim Follower-Zuwachs auf Social Media oder der Konvertierung und Reichweite unserer Pressemitteilungen – schafft schnell Begeisterung. Unter zwei Bedingungen: Zum einen muss man Lust haben, die eigene Kompetenz mit der anderer Kanal- und Themenverantwortlicher zu verzahnen und durch genau dieses Miteinander Inhalte

auf ein ganz neues Level zu heben. Das klingt banal, aber nicht jeder oder jede freut sich darüber, den Zaun rund um den eigenen Arbeitsbereich einzureißen zugunsten einer großen Spielwiese.

Und zweitens muss man offen und selbstbewusst genug sein, sich die messbaren Ergebnisse anzuschauen und Optimierungspotenzial für die eigene Arbeit abzuleiten. Ein Newsroom ist nicht nur ein Tool, sondern eine Haltung – und zwar: immer besser werden zu wollen, gewinnen zu wollen über die Komplexität, Vielstimmigkeit und Hektik, die Kommunikation heute auszeichnet, und trotz aller Herausforderungen das eigene Unternehmen deutlich sichtbar strahlen zu lassen.

Wie sah es mit Bedenken zur Sicherheit von Imory aus?

**Jasmin Fischer:** Mir war wichtig, die IT und das gesamte Team frühzeitig einzubinden und transparent zu kommunizieren, dass die Imory-eigene KI ausschließlich auf unternehmensinterne Daten zurückgreift, keines Austauschs mit Third-Party-Diensten bedarf und auf der bestehenden Corporate Language aufbaut.

Welche messbaren Erfolge konnten Sie bereits feststellen?

**Jasmin Fischer:** Unsere Prozesse sind deutlich effizienter geworden. Die Zeit, die wir für die Planung und Abstimmung von Inhalten und Sendestrecken benötigen, hat sich signifikant reduziert, weil wir auf einen Blick sehen, welche Geschichten anstehen, welche Bilder und Kernbotschaften dazu gehören und ob alle strategisch relevanten Unternehmensthemen die Sichtbarkeit bekommen, die sie benötigen. Unser Output ist höher geworden. Schöner Nebeneffekt: Wir können auch anderen Fachbereichen und Kommunikatoren in Tochtergesellschaften mit zwei Mausklicks ganz konkret zeigen, was ansteht. Zudem haben wir eine viel bessere Kontrolle über unsere Kommunikation und können datenbasierte Entscheidungen treffen. Das zeigt sich auch in der internen Zufriedenheit – die Akzeptanz für das neue System ist sehr hoch.

Welchen Rat würden Sie anderen Unternehmen geben, die über eine ähnliche Transformation nachdenken?

**Jasmin Fischer:** Wichtig ist, frühzeitig alle Beteiligten einzubinden und den Change-Prozess transparent zu gestalten. Die Technologie allein ist nicht der Schlüssel – es geht darum, ein gemeinsames Verständnis für die Vorteile zu schaffen und das Team auf diesem Weg mitzunehmen. Und natürlich sollte man sich für eine Lösung entscheiden, die sich flexibel an die eigenen Bedürfnisse anpassen lässt.

**Gemeinsam in die Zukunft:** Seit der Einführung von Imory im Frühjahr 2023 steuert das Newsroom-Team der Koelnmesse unter der Leitung von Dr. Jasmin Fischer die Unternehmenskommunikation digital über eine zentralisierte Plattform. Eine strategische Entscheidung, weg von klassischer PR hin zu einer dateninformierten Kommunikation, die sich durch mehr Effizienz und Transparenz bezahlt macht.





Something new everyday.

## Herausforderungen und Lösungen im Newsroom der Koelnmesse

### **Steigende Komplexität:**

Imory ermöglicht es der Unternehmenskommunikation der Koelnmesse, den vielfältigen Content zu allen unternehmensweiten Themen wie Finanzen, Nachhaltigkeit, Standort Köln, Digitalisierung und Neugeschäft zentral zu planen und kanalübergreifend zu steuern.

### **Internationale Zusammenarbeit:**

Durch die Echtzeit-Übersetzungen und KI-gestützte Content-Erstellung in Imory wird die globale Kommunikation der Koelnmesse mit Kommunikatoren in ausländischen Tochtergesellschaften vereinfacht.

### **Messbarkeit und Reaktionsfähigkeit:**

Die zentrale Echtzeit-Datenverwaltung und Reportfunktion zur Themen- und Publikationsplanung sowie die KI-gestützte Analyse der Sichtbarkeit und Reichweite der Koelnmesse helfen dem Team, die Wirksamkeit der eigenen Kommunikationsstrategie kontinuierlich zu optimieren und datengeleitet Entscheidungen zu treffen.