

VRM steigt bei Content Marketing- und Digital-Spezialist MPM ein

- **VRM Gruppe beteiligt sich an MPM und stärkt Content- und Digitalkompetenz**
- **MPM gewinnt langfristig orientierten strategischen Partner für weiteren Wachstumskurs**
- **Beide Unternehmen ergänzen ihre Netzwerke und Kompetenzen, um Kunden zusätzliche Leistungen insbesondere in den Bereichen Content, Technologie und Vermarktung zu bieten.**

MAINZ, 17. April 2019 – Die VRM beteiligt sich über ihr Tochterunternehmen, die VRM Digital GmbH, an der Content Marketing- und Digitalagentur MPM. Mit der Beteiligung sichert sich das Medienunternehmen Know-how im Content Marketing sowie in der Unternehmenskommunikation und stärkt das eigene Digitalgeschäft.

Die VRM mit Sitz in Mainz zählt mit 1.750 Mitarbeitern an 36 Standorten zu den größten Medienunternehmen Deutschlands. Mit ihren Digital- und Printmedien – darunter die „Allgemeine Zeitung“, der „Wiesbadener Kurier“ und das „Darmstädter Echo“ – und ihren Aktivitäten im mittelhessischen Zeitungsmarkt – darunter u. a. die „Wetzlarer Neue Zeitung“ und der „Gießener Anzeiger“ – erreicht sie täglich mehr als eine Million Leserinnen und Leser. Im Jahr 1850 gegründet, hat sich das Unternehmen von einem klassischen Zeitungsverlag zu einem modernen Medienhaus entwickelt. Die Gruppe ist auch im E-Commerce- sowie Veranstaltungsbereich aktiv und hält Beteiligungen an mehreren Digitalunternehmen.

MPM betreut mit rund 90 Mitarbeitern internationale Kunden wie adidas, Audi, BASF, Henkel, Lufthansa, RWE oder Zalando und gehört zu den erfolgreichsten inhabergeführten Kommunikationsagenturen Deutschlands. Das Unternehmen kombiniert dazu in zwei Geschäftsfeldern Agenturleistungen für Content Marketing und Unternehmenskommunikation mit dem Angebot eines Beratungs- und Systemhauses für digitale Publishing-Plattformen.

„Unsere Agentur hat sich in den vergangenen Jahren sehr erfolgreich entwickelt“, sagt Philipp Mann, Gesellschafter und Geschäftsführer von MPM. „Mit VRM gewinnen wir einen langfristig orientierten strategischen Partner, mit dem wir unseren Wachstumskurs auf ein noch breiteres Fundament stellen. Durch die Einbindung in das VRM-Netzwerk können wir unsere Schlagkraft sowie die Bandbreite unseres Leistungsangebots deutlich vergrößern. Damit können wir unseren Kunden ein breiteres Leistungsportfolio für ganzheitliche Lösungen in der Unternehmenskommunikation und im Content Marketing bieten – in allen relevanten Medienkanälen.“

Die VRM hat schon seit einigen Jahren ihren strategischen Fokus auf digitalen Geschäftsmodellen. „Mit der Beteiligung treiben wir diese Strategie voran und können unseren Kunden künftig umfassendere Leistungen im Content Marketing anbieten“, erklärt Hans Georg Schnücker, Sprecher der VRM-Geschäftsführung. Gleichzeitig holt sich die Verlagsgruppe durch die Partnerschaft mit MPM auch zusätzliche Beratungskompetenz und Expertise im Bereich digitale Kommunikationsstrategien ins Netzwerk.

Gemeinsam werden beide Unternehmen ihre Geschäftsmodelle und das Angebot an Dienstleistungen konsequent weiterentwickeln. Damit entsteht aus komplementären Leistungsportfolios von MPM, der VRM Digital sowie der VRM-Beteiligung Electronic Minds ein umsetzungsstarkes Netzwerk für digitale Kommunikationslösungen jeder Größenordnung.

„Die Partnerschaft mit der VRM schafft für MPM, unsere Mitarbeiter sowie unsere Bestands- und Neukunden langfristig eine noch bessere Entwicklungsperspektive“, sagt Philipp Mann, der Mehrheitsgesellschafter und Geschäftsführer von MPM bleibt. Auch im übrigen Management der Agentur wird es zu keinen personellen Veränderungen kommen.

Über MPM:

MPM Corporate Communication Solutions verbindet kreative Unternehmenskommunikation mit dem Potenzial leistungsfähiger Technologieplattformen. Als Agentur ist MPM spezialisiert auf die integrierte Konzeption, Contenterstellung, Gestaltung und Steuerung medienübergreifender Kommunikationsprojekte in den Bereichen Corporate Reporting, Content Marketing sowie interne und Change-Kommunikation. Als Technologieunternehmen schafft MPM Lösungen für leistungsfähige Content Supply Chains. Das Portfolio umfasst Organisations- und Prozessberatung, die Softwarelösung MPM Digital Publishing Center sowie den Infrastrukturbetrieb in den Bereichen Corporate Newsroom, Content Management und Redaktionssysteme. Durch die konsequente Verbindung von Kreation und Technologie entsteht effektive Unternehmenskommunikation auf Basis effizienter Produktionsprozesse für alle Medienkanäle.

MPM betreut mit über 90 Mitarbeitern von Standorten in Mainz und Düsseldorf aus international tätige Kunden wie adidas, Audi, BASF, Boehringer Ingelheim, Henkel, ING, Lufthansa, RWE und Zalando.