

„Thought Leadership Award 2022“: Diese deutschen Unternehmen gestalten die öffentliche Meinung maßgeblich mit

- Siemens überzeugt mit der besten Kommunikation und Positionierung zu Digitalisierung, Diversität, Grüne Nachhaltigkeit, New Work und Zukunftsfähigkeit.
- UNICEPTA untersuchte die mediale Positionierung der 250 umsatzstärksten deutschen Unternehmen zu den fünf wichtigsten gesellschaftlichen Debatten der vergangenen zwölf Monate – insgesamt 37 Millionen Artikel und Postings mit 187 Millionen Nutzerreaktionen im digitalen Raum.

In einer Studie untersuchte der globale Anbieter für KI-basierte Media & Marketing Intelligence UNICEPTA die mediale Positionierung der 250 umsatzstärksten deutschen Unternehmen zu den fünf wichtigsten gesellschaftlichen Debatten der vergangenen zwölf Monate: Digitalisierung, Diversität, Grüne Nachhaltigkeit, New Work und Zukunftsfähigkeit. Nach der Analyse von insgesamt 37 Millionen Berichterstattungen in redaktionellen Medien sowie Postings mit insgesamt 187 Millionen Nutzerreaktionen im digitalen Raum steht fest: Siemens erhält den „Thought Leadership Award 2022“ von UNICEPTA und der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG) e.V. für die beste Kommunikation zur Gestaltung großer, öffentlicher Debatten in Wirtschaft und Gesellschaft.

Ausgelöst durch die Flutkatastrophe im Sommer 2021 hat besonders das Thema Grüne Nachhaltigkeit in Deutschland im vergangenen Jahr an Relevanz gewonnen. Doch eine Positionierung in nur einem Themenfeld reicht heutzutage nicht mehr aus. „In einer Zeit, die von globalen Krisen und großen Herausforderungen geprägt ist, sind Unternehmen gefordert, zu allen drängenden Themen eine klare und verantwortungsvolle Haltung zu zeigen. Gesellschafter, Aktionäre, Partner und Mitarbeitende, aber auch Kunden und eine breite Öffentlichkeit verlangen von ihnen, sensibel zuzuhören und Handlungen abzuleiten, mit denen sie ihrer unternehmerischen und gesellschaftlichen Verantwortung gerecht werden“, sagt Jochen Freese, CEO bei UNICEPTA. „Siemens hat hier in den vergangenen zwölf Monaten am besten überzeugt und die größte Entwicklung gezeigt. Das Kommunikationsteam hat das Unternehmen hervorragend zu diesen gesellschaftlich bedeutenden Debatten positioniert.“

„Wir sind überzeugt, dass Technologie eine entscheidende Rolle spielt, die gravierenden Umwälzungen unserer Zeit zu bewältigen. Wir wollen aufzeigen, wie wir als Gesellschaft das Beste aus diesen Entwicklungen machen und positiv in die Zukunft blicken können. Mit dieser Haltung bringen wir uns in Debatten ein und das ist der Anspruch, an dem wir uns messen. Wir freuen uns daher sehr über die Auszeichnung mit dem Thought Leadership Award – und das spornt uns weiter an“, sagte Florian Martens, bei Siemens global verantwortlich für Media, Executive und Thought Leadership Kommunikation.

Ebenfalls unter den Finalisten auf der Shortlist: Die Automobilhersteller Mercedes-Benz und Porsche, Bosch, die Deutsche Bahn, Lufthansa und Vorjahressieger SAP.

Hohe Relevanz und Wirkung bei Megathemen

Ob Grüne Nachhaltigkeit, Digitalisierung, Diversity, New Work oder Zukunftsfähigkeit – der Münchener Konzern kommuniziert kontinuierlich und stringent zu allen fünf untersuchten Themen, was die hohe mediale Sichtbarkeit zu jedem dieser Themen bestätigt. In den vergangenen zwölf Monaten hat Siemens dabei in Bezug auf die Sichtbarkeit in medialen Debatten, der Tonalität und der Anzahl der Nutzerreaktionen über all diese Themen zugelegt. Einen sehr starken Impact offenbart die Analyse besonders in Bezug auf Grüne Nachhaltigkeit und New Work. Und auf den eigenen Kanälen kommuniziert Siemens konstant entlang der fünf Megathemen und bringt diese dabei mit den eigenen Fähigkeiten im Bereich Digitalisierung in Verbindung.

Erstmals hat UNICEPTA seine mehrstufige Analyse für den Thought Leadership Award um eine repräsentative Bevölkerungsumfrage in Kooperation mit dem Meinungsforschungsinstitut Civey ergänzt. Auch hier zählt Siemens zu den besten Unternehmen.

Überreicht wird der „Thought Leadership Award“ im Rahmen der Verleihung des Internationalen Deutschen PR-Preises der DPRG am 05. Mai 2022 in Hannover.

Mehrstufige Analyse von 37 Millionen Artikeln und Postings

Grundlage für die Vergabe des Preises ist eine umfassende KI-gestützte Analyse der redaktionellen Medien sowie Social Media. Insgesamt hat UNICEPTA rund 37 Millionen Artikel und Postings mit insgesamt 187 Millionen Nutzerreaktionen in einem mehrstufigen Verfahren ausgewertet. Die Analysten haben so ermittelt, welche der 250 umsatzstärksten Unternehmen in Deutschland im Zeitraum März 2021 bis Februar 2022 den stärksten und positivsten Impact in den fünf Themen Digitalisierung, Diversität, Grüne Nachhaltigkeit, New Work und Zukunftsfähigkeit hatten.

Über UNICEPTA

UNICEPTA ist ein global erfolgreicher Anbieter für Media & Marketing Intelligence. Mit KI-getriebener Technologie und über 450 Analyse- und Monitoring-Experten analysiert UNICEPTA weltweit verfügbare Inhalte aus Social, Online, Print, TV und Rundfunk sowie zahlreichen anderen Datenquellen – in Echtzeit und zu jedem anderen gewünschten Zeitpunkt. Kurz: UNICEPTA ermöglicht Unternehmen, besser zuzuhören und entsprechende Handlungen abzuleiten. Die Analysen und Insights dienen global agierenden und branchenführenden Unternehmen und Organisationen als Basis für Entscheidungen der

Unternehmensführung sowie in Kommunikation und Marketing. Die Büros von UNICEPTA befinden sich in Berlin, Köln (Zentrale), Krakau, London, Shanghai, Washington DC und Zürich.

Kontakt

UNICEPTA GmbH
Salierring 47-53 | 50677 Cologne
Christina Westerhorstmann
+49 173 9061 058 | Christina.Westerhorstmann@unicepta.com
www.unicepta.com