

Bosch gewinnt „Thought Leadership Award 2018“

- Bosch mit höchstem kommunikativen Impact im digitalen Raum
- Boschs Eigenkommunikation führt zu enorm vielen Nutzerreaktionen; starke Themenhoheit auch in „earned media“ (Newsmedien und fremde Social-Media-Kanäle) sichtbar
- UNICEPTA untersucht erstmals in Deutschland die digitale Kommunikation der 240 umsatzstärksten Unternehmen (445.000 Postings und 31,8 Millionen Nutzerreaktionen) in den vergangenen 12 Monaten

Die Robert Bosch GmbH erhält den „Thought Leadership Award 2018“ für die beste Kommunikation zur Gestaltung großer, öffentlicher Debatten in Wirtschaft und Gesellschaft. UNICEPTA und die Deutsche Public Relations Gesellschaft (DPRG) e.V. vergeben den Preis in diesem Jahr an das Unternehmen mit dem höchsten Impact im digitalen Raum.

„Bosch hat mit professionellen und zielgruppengerechten Inhalten über Social Media mehr Menschen zur aktiven Auseinandersetzung mit Ihren Themen bewegt als jedes andere deutsche Unternehmen. Ihre erfolgreiche Eigenkommunikation trug wesentlich dazu bei, sich auch in den redaktionellen Medien als Thought Leader und Impulsgeber für starke Themen wie Neue Mobilität oder Artificial Intelligence zu positionieren“, sagt Claas Sandrock, geschäftsführender Gesellschafter von UNICEPTA.

Auffällig: Bosch stößt mit eigenen Inhalten mehr Engagement (Shares, Likes, Kommentare) an, als alle externen Artikel und Postings zu Bosch zusammen – bei den anderen Unternehmen ist das Engagement externer Stakeholder in der Regel deutlich stärker. 4,3 Millionen meist positive Nutzerreaktionen erteten die Bosch-Kommunikatoren zwischen März 2017 und März 2018 mit ihren Postings. Die eigenen Inhalte überzeugen auch qualitativ – mit starken Fotos, Grafiken und Videos. Sie zeigen, dass Kommunikationschef Christoph Zemelka und sein Team Bosch konsequent zu einem Publishing House ausbauen.

Für die Auswahl des Preisträgers hat UNICEPTA erstmalig in Deutschland die digitale Kommunikation der 240 umsatzstärksten Unternehmen vermessen. Über einen Zeitraum von zwölf Monaten wurde die Viralität der gesamten Kommunikation über die zentralen Social-Media-Kanäle (Twitter, Facebook) untersucht. Eine erste Auswertung der 445.000 Postings und 31,8 Millionen Nutzerreaktionen geschah über UNICEPTAs leistungsstarke automatisierte Smart Media Tools. Darauf aufbauend verwandelten die UNICEPTA-Analysten in mehreren Schritten Big Data in Smart Data. So wurde die Kommunikationsleistung der Unternehmen mit menschlicher Urteilskraft eingeordnet, z.B. hinsichtlich der Qualität der Interaktivität.

Überreicht wird der „Thought Leadership Award“ im Rahmen der Gala zur Verleihung des Internationalen Deutschen PR-Preises der DPRG am 26. April 2018 im „Sofitel“ in München.

Der umfassende UNICEPTA-Ergebnisreport ist unten als Downloadlink frei abrufbar.

Über UNICEPTA

UNICEPTA ist ein führender globaler Dienstleister für Smart Media Intelligence. Rund 700 Spezialisten in Köln, Berlin, Stuttgart, Shanghai, Krakau und Washington, DC strukturieren den Newsflow – rund um die Uhr, rund um die Welt. UNICEPTA bereitet Informationen aus Print- und Online-Medien, TV und Rundfunk sowie Social Media auf. Aus dieser täglichen Arbeit leitet sie vorstandsfähige Analysen und datenbasierte Beratungen zu Fragen der strategischen Kommunikation ab.

Kontakt

UNICEPTA Medienanalyse GmbH
Salierring 47-53
50677 Cologne

Wolf Rühl
Tel.: +49 (0)221 99 02-110
wolf.ruehl@unicepta.com

www.unicepta.com