

SAP

Mit dem

Thought Leadership Award 2017

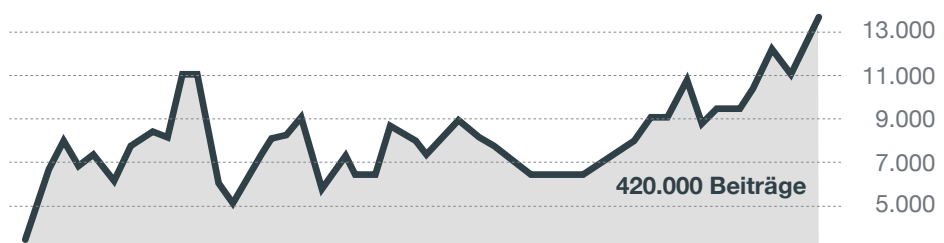
würdigt UNICEPTA die beste kommunikative Leistung beim wichtigsten aktuellen Megathema für die deutsche Wirtschaft. Ausgezeichnet wird die Kommunikationsabteilung, die es schafft, ihr Unternehmen als Vorreiter im öffentlichen Diskurs zu positionieren.

Dieses Jahr geht der Thought Leadership Award an die Kommunikatoren in Deutschland, die ihr Unternehmen und Management im Jahr 2016 als erfolgreiche Gestalter der Digitalisierung herausgestellt haben. Denn die Meisterung der Digitalisierung ist der zentrale Test für die Zukunftsfähigkeit der einzelnen Unternehmen wie der deutschen Wirtschaft insgesamt. Welches Unternehmen bietet Orientierung in der digitalen Revolution und beeindruckt durch Innovation und Überzeugungskraft?

Grundlage für die Vergabe des Preises ist eine umfassende All-Media-Analyse von UNICEPTA, dem führenden Anbieter für Smart Media Intelligence in Deutschland. 420.000 Beiträge zur Digitalisierung – Online, in Social Media, Broadcast und Print – liefern durch das Analyse-Tool.

Identifiziert und vorsortiert wurde der gesamte Content durch einen komplexen Suchalgorithmus, der insbesondere auf drei Fragestellungen abzielte: Welches Unternehmen dringt mit seiner Digitalstrategie durch? Kommuniziert es zudem breit sichtbar, wie es sich organisatorisch und kulturell neu aufstellt, um im digitalen Wandel führend zu sein? Und schafft es das Unternehmen, den gesamtgesellschaftlichen Diskurs so zu prägen, dass der eigene Handlungsspielraum deutlich größer wird?

Die automatisierte Analyse ist nur der Anfang. In mehreren Schritten wurde Big Data zu Smart Data. Die Daten wurden entlang der drei Fragestellungen qualifiziert und Rankings für die einzelnen Unternehmen und ihre Repräsentanten nach Präsenz, Reichweite und Engagement (Viralität der Beiträge) erstellt. Nach Durchschnitt aller Rankings blieb eine Shortlist mit fünf Unternehmen übrig. Aus diesen wurde nach einer zusätzlichen qualitativen Analyse der Sieger gekürt. So steht der Thought Leadership Award auf zwei starken Säulen: führender Technologie bei Listening und Auto-Analytics sowie tiefer gehender, menschlicher Analyse.



Resonanz (alle Medienarten) zu ausgesuchten Digitalisierungsthemen im Jahresverlauf 2016

BMW

Die beste Kommunikation in Zeiten der Digitalisierung – Deutsche Telekom

Wer die Jahreshauptversammlung der Deutschen Telekom 2016 in Köln besuchte, bekam schnell einen Eindruck davon, wie leidenschaftlich und offen ein Unternehmen den allumfassenden Wandel gestalten kann, der durch die Digitalisierung angestoßen wird. Telekom-CEO Timotheus Höttges hielt auf der Bühne ein flammendes Plädoyer, die digitale Revolution zu gestalten. „Die Digitalisierung ist das größte Geschenk, weil sie den Wohlstand unserer Kinder ermöglicht. Sie verspricht neue Technologien, die das Leben von Menschen vereinfachen. Sie ist Motor für eine neue industrielle Revolution. Lassen Sie uns beim Umgang mit der Digitalisierung darum mehr Optimismus wagen.“

nehmen als das digital führende Beispielunternehmen zu positionieren – sowohl in den Leitmedien als auch in den Social Media.

Die Digitalisierung ist bei der Telekom keine One-Man-Show. Neben Höttges sind viele weitere Manager stark präsent, beispielsweise Reinhard Clemens, Claudia Nemat und Christian Illek. Dadurch wird deutlich: Digitalisierung ist gleichbedeutend mit einem allumfassenden Wandel. Hieran entscheidet sich die Zukunftsfähigkeit des gesamten Unternehmens.

Trotzdem muss der CEO als oberster Repräsentant beim Thema führen, schon um nach innen als Taktgeber agieren zu können. So ist Tim Höttges sehr stark als Thought Leader positioniert, ohne dass er marktschreierisch auftritt. Er gilt vielmehr als moderner Manager, der das richtige Bewusstsein mitbringt, um das Unternehmen zu öffnen und zu vernetzen – und damit die richtigen Antworten auf die entscheidenden Zukunftsfragen zu finden. Dieses Bild formt sich auch dadurch, dass Höttges auf den wichtigsten Zukunftsmessen präsent ist und wiederholt öffentlichkeitswirksam in den Dialog mit digitalen Stakeholdern tritt, wie etwa dem Google-CEO Sundar Pichai oder Rob Nail, dem Gründer der Singularity University. Der Telekom-Chef tritt dabei nicht etwa als Dozent auf, sondern als Interviewer, als Lernender. Dementsprechend nimmt auch das Themenfeld „digitale Verantwortung“ großen Raum in der externen Kommunikation ein, hier ist die Telekom als wichtiger Diskussionspartner stark präsent.

Die Unternehmenskommunikation setzt die Digitalstrategie nicht nur um, sie treibt vielmehr das Unternehmen bei diesem Thema mit neuen Ideen und Initiativen an. Jüngster Beweis ist die Eröffnung der „Content Factory“ im November 2016. Sie ist beides zugleich: Newsroom und eine Plattform für crossmediale Planung und Produktion von Medieninhalten und Dialog. Das Kommunikationsteam unter Führung von Philipp Schindera setzt sich damit an die Spitze der Digitalisierung – seines Unternehmens sowie der gesamten Kommunikationsbranche in Deutschland.

Deutsche Telekom

Sieger an der Spitze einer starken Shortlist: die Deutsche Telekom

Dieser Auftritt ist symptomatisch, zeigt die Datenanalyse. Egal, ob es um die Neuausrichtung des eigenen Geschäftsmodells, den notwendigen Umbau der eigenen Organisation oder den gesamtgesellschaftlichen Diskurs zu den Folgen der Digitalisierung geht – im Jahr 2016 gelang es der Deutschen Telekom und ihren Repräsentanten, das Unter-

Daimler

Siemens