

Klimahelden gesucht: Covestro und die KfW gewinnen „Thought Leadership Award 2020“

- UNICEPTA untersuchte die mediale Positionierung der 250 umsatzstärksten deutschen Unternehmen zum Thema „Klimahelden: Beste Kommunikation im Kampf gegen die Klimakrise“ im vergangenen Jahr – insgesamt 460.000 Artikel und Postings mit drei Millionen Nutzerreaktionen im digitalen Raum
- Erstmals zwei Preisträger: Chemieunternehmen Covestro und die KfW überzeugen mit der besten Kommunikation und Positionierung zur klimafreundlichen Unternehmensstrategie

Erstmals geht die Auszeichnung an gleich zwei Preisträger: Die Covestro AG und die KfW erhalten den „Thought Leadership Award 2020“ 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 die Unternehmen, die Klimaschutz und Nachhaltigkeit zu einem zentralen Teil ihrer Unternehmensstrategie und Kommunikation gemacht und es geschafft haben, sich als Vorreiter in Sachen Klimaschutz zu positionieren. „In diesem Jahr haben uns zwei sehr unterschiedliche Unternehmen überzeugt. Beide haben ihre Unternehmensstrategie und Kommunikation konsequent auf Nachhaltigkeit und Klimaschutz ausgerichtet und sind Vorbild dafür, wie sich Unternehmen erfolgreich in diese global wichtige Debatte einbringen können“, sagt Claas Sandrock, Managing Partner von UNICEPTA.

Beim wichtigsten Thema des vergangenen Jahres haben Covestro und die KfW kommunikativ einen vergleichbar herausragenden Job gemacht – und das sozusagen unter umgekehrten Vorzeichen:

Covestro überzeugt mit der stärksten Verankerung des Themas Nachhaltigkeit/Klimaschutz in seiner Unternehmensstrategie und kommuniziert dieses kontinuierlich und erfolgreich nach außen. Als B-to-B-Unternehmen macht Covestro das zwar mit vergleichbar geringeren Reichweiten, aber mit einer herausragenden qualitativen Resonanz. Auf Covestros eigenen Social-Media-Kanälen verweist mehr als jedes dritte Posting auf Nachhaltigkeitsthemen. Mit CEO Markus Steilemann als starkem Botschafter untermauert Covestro die auf Nachhaltigkeit ausgerichtete Kommunikation glaubwürdig.

Die **KfW** hat unter allen Unternehmen den größten Impact beim Thema Nachhaltigkeit/Klimaschutz erzielt. Nachhaltige Projekte zu fördern, wurde ihr zwar von der Politik quasi direkt in die Unternehmensstrategie hineingeschrieben – und damit auch in den Kommunikationsplan. Diesen Auftrag setzt die KfW allerdings ebenfalls hervorragend um. 19 Prozent aller externen Beiträge zur KfW zahlen auf Nachhaltigkeitsthemen ein. Die Unternehmenskommunikation macht Nachhaltigkeit auf ihren eigenen Social-Media-Kanälen zum zentralen Thema: 35 Prozent aller eigenen Postings verweisen auf eigene Initiativen und Programme zum Klimaschutz. Zudem ist sie stark mit thematisch höchst relevanten Stakeholdern vernetzt.

Ebenfalls unter den finalen Unternehmen: die Handelsunternehmen dm-drogerie, Ikea Deutschland und Tchibo mit nachhaltigen Produkten und Initiativen sowie Automobilzulieferer und Technikunternehmen Bosch mit dem Versprechen ab 2020 CO₂-neutral zu sein.

Mehrstufige Analyse von 460.000 Postings

Grundlage für die Vergabe des Preises ist eine umfassende Analyse der redaktionellen Medien sowie Social Media. Insgesamt hat UNICEPTA rund 460.000 Postings mit insgesamt drei Millionen Nutzerreaktionen in einem mehrstufigen Verfahren ausgewertet und analysiert, welche der 250 umsatzstärksten Unternehmen in Deutschland im Jahr 2019 am stärksten und überwiegend positiv mit der Zuschreibung „klimafreundlich“ in allen Medieninhalten sichtbar waren.

In einer vertiefenden qualitativen Inhaltsanalyse bewerteten die Analysten bei den jeweils stärksten Unternehmen in fünf Umsatzclustern, wie stark und deutlich das Urteil „klimafreundlich“ der Journalisten und Postings tatsächlich ist. Bei sechs Unternehmen wurde die Eigenkommunikation untersucht: Bei welchem Unternehmen ist hinter der erfolgreichen Positionierung ein starker Kommunikationserfolg sichtbar?

Ein umfassender UNICEPTA-Ergebnisreport steht unter www.unicepta.com/thoughtleadershipaward zum Download zur Verfügung.

Über UNICEPTA

UNICEPTA ist ein globaler Anbieter für Media & Data Intelligence mit Schwerpunkt auf Analytics & Insights, Media Monitoring sowie digitales Informationsmanagement. Als Innovationsführer liefert UNICEPTA beste Erkenntnisse für wichtige Entscheidungen: Smart insights. Strong performance. Mit AI-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. Die hochwertigen Analysen und Insights dienen global agierenden 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

Wolf-Dieter Rühl
Tel.: +49 221 99 02-110
wolf.ruehl@unicepta.com
www.unicepta.com