

SAP gewinnt „Thought Leadership Award 2021“

- SAP 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 35 Millionen Artikel und Postings mit 182 Millionen Nutzerreaktionen im digitalen Raum.

Der Softwarekonzern SAP erhält den „Thought Leadership Award 2021“ 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 der besten Positionierung zu den fünf wichtigsten gesellschaftlichen Debatten: Digitalisierung, Diversität, Grüne Nachhaltigkeit, New Work und Zukunftsfähigkeit.

Die Corona-Pandemie hat zu massiven Veränderungen im privaten, gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Raum geführt und den öffentlichen Diskurs maßgeblich geprägt. „In dieser herausfordernden Zeit reicht es nicht mehr aus, sich nur als wirtschaftlicher Akteur zu positionieren. Stake- und Shareholder erwarten eine klare und verantwortungsvolle Haltung zu drängenden Themen und dass diese glaubhaft mit konkreten Maßnahmen gestaltet werden“, sagt Theres Essmann, Managing Partner bei UNICEPTA. „SAP hat hier am besten überzeugt. Das Kommunikationsteam hat das Unternehmen hervorragend zu den fünf wichtigsten Debatten positioniert.“

„Es geht um die Auswirkungen, die ein Unternehmen wie SAP auf der Welt hat. Wir nehmen diese Verantwortung ernst. Seit Jahren ist SAP vorne mit dabei, wenn es um die Lösung der enormen gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Herausforderungen unserer Zeit geht. Wir liefern die Lösungen und Innovationen, die die Welt voranbringen“, sagt Oliver Roll, Chief Communications Officer bei SAP. „Der Thought Leadership Award 2021 spiegelt unsere Ambitionen wider - für unsere Kunden und Partner und die IT-Branche grundsätzlich. Wir sind dankbar für diese Anerkennung.“

Ebenfalls unter den Finalisten auf der Shortlist: Die Automobilhersteller Audi und BMW, Bosch, die Deutsche Bahn, Siemens und der Handelskonzern Rewe.

Starke Eigenkommunikation mit CEO als Botschafter

Dass der Walldorfer Softwarekonzern beim Thema Digitalisierung vorne liegt, mag wenig überraschen. Er ist im Kontext vieler Digitalisierungsprojekte medial sichtbar, u.a. bei der Entwicklung der Corona-Warn-App oder einer Datenplattform für die Automobilindustrie. Doch auch bei den vier weiteren Themen Diversität, Grüne Nachhaltigkeit, New Work und Zukunftsfähigkeit schneidet SAP hervorragend ab – in der medialen Sichtbarkeit und den erzeugten Nutzerreaktionen und in Bezug auf Tonalität, relevante Inhalte und die Nutzung eigener Kanäle. Das Unternehmen kommuniziert klar und dauerhaft entlang dieser wichtigsten gesellschaftlichen Themen: 25 Prozent aller Artikel und Postings auf den Eigenkanälen sprechen die fünf Debatten direkt an.

Bei vier von fünf Themen erreicht SAP das beste Sentiment unter den Kandidaten auf der Shortlist. Etwa beim Thema Diversität, das SAP dauerhaft und in vielen Facetten konsequent über seine eigenen Kommunikationskanäle spielt. Beim Thema Nachhaltigkeit gelingt es, sich u.a. mit einer CO2-Software im Kampf gegen die Klimakrise medial erfolgreich als Vorreiter zu positionieren.

Überreicht wird der „Thought Leadership Award“ im Rahmen der Verleihung des Internationalen Deutschen PR-Preises der DPRG am 24. Juni 2021 in Frankfurt.

Mehrstufige Analyse von 35 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 35 Millionen Artikel und Postings mit insgesamt 182 Millionen Nutzerreaktionen in einem mehrstufigen Verfahren ausgewertet. Die Analysten haben so ermittelt, welche der 250 umsatzstärksten Unternehmen in Deutschland im Zeitraum April 2020 bis März 2021 den stärksten und positivsten Impact in den fünf Themen Digitalisierung, Diversität, Grüne Nachhaltigkeit, New Work und Zukunftsfähigkeit hatten.

Über UNICEPTA

UNICEPTA ist ein globaler Anbieter für KI-basierte Media & Marketing Intelligence. 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