

Presseinformation

Nachhaltigkeitskommunikation der 40 DAX-Unternehmen verfehlt die eigenen Zielgruppen

Trotz unterschiedlicher Stakeholder gleichen sich die Kommunikationsstrategien der Unternehmen in puncto Nachhaltigkeit sowohl bei den Zielen als auch der inhaltlichen Ausrichtung

Düsseldorf, 30.06.2022 In einer aktuellen Analyse hat die auf Kommunikationsstrategie spezialisierte Agentur SMART PR GmbH aus Düsseldorf die Nachhaltigkeitsziele der 40 DAX-Unternehmen untersucht. Das Ergebnis: Eine Ausrichtung der Strategie auf die eigenen Stakeholder oder eine Differenzierung in der kommunikativen Orientierung findet kaum statt. Obwohl jede spezifische Zielgruppe eines Unternehmens eigene Kommunikationscharakteristika aufweist, bleiben diese bei der Nachhaltigkeitskommunikation der Unternehmen weitestgehend unberücksichtigt.

Nachhaltigkeitskommunikation wird zum wichtigen Imagefaktor für Unternehmen

Nachhaltige Entwicklung ist mittlerweile eines der vorherrschenden Themen im öffentlichen Diskurs und findet sich in sämtlichen Teilgebieten der Gesellschaft wieder. So auch in der Wirtschaft: Unternehmen streben nach einer zunehmend nachhaltigen Wirtschaftskette. Die Struktur für die meisten Nachhaltigkeitsstrategien setzen die „Sustainable Development Goals“ (SDG) der Vereinten Nationen.

SMART PR hat die Nachhaltigkeitsstrategien der 40 DAX-Unternehmen im Hinblick auf die gewählten SDGs der Unternehmenskommunikation analysiert. Ergebnis dieser Untersuchung: Alle 40 DAX-Unternehmen adressieren überwiegend dieselben SDGs. Nahezu alle DAX-Unternehmen fokussieren sich auf die ökologischen Nachhaltigkeitsziele, allen voran das 13. SDG „Maßnahmen zum Klimaschutz“, gleichauf mit dem 8. SDG „Menschenwürdige Arbeit & Wirtschaftswachstum“. Die SDGs „Hochwertige Bildung“ und „Nachhaltige Städte & Gemeinden“ bilden den Abschluss der Bestenliste.

Die folgende Übersicht zeigt die Top-10 der gewählten SDG und wie oft das jeweilige SDG bei den 40 DAX-Unternehmen gewählt wurde. Dabei gibt es zweimal, nämlich auf Platz eins und sechs, jeweils zwei SDGs. Daher geht die Nummerierung der Übersicht von eins bis acht. Die Übersicht zu der Auswahl der DAX-Unternehmen ist dieser Pressemitteilung beigelegt.

Erfolgreiche Nachhaltigkeitskommunikation kohäriert mit der adressierten Zielgruppe

Angesichts divergierender Zielgruppen verwundert die Konvergenz in der Zielformulierung der DAX-Unternehmen, denn aus kommunikationsstrategischer Sicht bilden Unterschiede bei den Adressaten die Basis zur kommunikativen Orientierung. Neben der spezifischen Schwerpunktsetzung ist die Art der Ansprache und Präsentation der SDGs für den Erfolg eminent: Eine wirksame Nachhaltigkeitskommunikation kohäriert mit der Zielgruppe bzw. mit allen Stakeholdern, die angesprochen werden sollen. Je nach sozialen Milieus, Archetypen und Charakteristika der unterschiedlichen Communitys ergeben sich Unterschiede in Art und Tonalität der Zielgruppenkommunikation. Dies hat maßgeblichen Einfluss auf den Erfolg oder Misserfolg der Kommunikationsmaßnahmen der Unternehmen.

Schaut man sich nämlich mit Hilfe von sozialen Medien wie Facebook jene Nutzer an, die sich für ein oder mehrere Nachhaltigkeitsthemen interessieren, fällt auf, dass Nutzergruppen in Bezug auf ein SDG sich in ihrer Themenseinwanderung unterscheiden und abweichend kommunizieren. Beispielsweise hat die Community, die sich für Klimaschutz interessiert, einen hohen Anspruch an Informationen und Fakten, während die gesundheitsaffine Community durch konsumfreundliche Nachhaltigkeitskommunikation erreicht werden kann. Diese strategischen Kriterien finden jedoch kaum Berücksichtigung bei den DAX-Unternehmen. So besteht das Risiko, dass z.B. eine strikt datenbasierte Nachhaltigkeitskommunikation nicht die gewünschte Zielgruppe anspricht, weil diese in einem anderen sozialen Milieu angegliedert und durch andere Archetypen geprägt ist. Eine fehlerhafte kommunikative Aussage oder Art der Übermittlung kann sogar auf negative Reaktionen in der beabsichtigten Zielgruppe stoßen.

Der Affinitätswert als Indikator für eine erfolgreiche Nachhaltigkeitskommunikation

In einem dreistufigen Datenauswertungsprozess auf Basis Künstlicher Intelligenz (KI) wertet SMART PR in Kooperation mit Data Science Consulting die Themenschwerpunkte einer Zielgruppe im Zusammenhang mit den Kernzielen der Unternehmen aus. Als Ergebnis entsteht ein Affinitätswert, der Korrelationen und Abweichungen aufzeigt. Damit lassen sich Kommunikationsempfehlungen formulieren. Ein Beispiel: SIEMENS besitzt beim Thema Klimaschutz einen Affinitätswert von 0,4. Im Vergleich zum Durchschnittswert 1,0 hat somit die von SIEMENS über die eigenen sozialen Medien adressierte Zielgruppe eine stark unterdurchschnittliche Verbindung zu Klimaschutzthemen.

„Uns als Kommunikationsexperten interessiert natürlich, wie Nachhaltigkeitskommunikation und das Markenmanagement bei der Kommunikationsstrategie zusammenspielen müssen und welche Nachhaltigkeitskriterien für die Ansprache der unterschiedlichen Kundengruppen und Zielmärkte besondere Potenziale oder eben Risiken in der Umsetzung bergen“, sagt Dr. Christina Jacob, Gründerin und Geschäftsführerin von SMART PR GmbH in Düsseldorf. „Nur so können wir unsere Kunden zielgerichtet beraten und Handlungsfelder aufzeigen.“

Der Neurowissenschaftler und CEO der Data Science Consulting GmbH, Dr. Klaus Holthausen, erläutert die Vorteile der genutzten KI: „Wir bilden Konsumentendaten durch assoziative neuronale Netzwerke ab. Dies unterscheidet sich von klassischen Black-Box-Szenarien dadurch, dass wir buchstäblich jede Assoziation der Fangruppen nachvollziehen bzw. erklären können.“

Über SMART PR GmbH

SMART PR GmbH ist eine auf Online PR und Social Media Relations spezialisierte Kommunikationsagentur mit Sitz in Düsseldorf, die die vielfältigen Möglichkeiten im Web durch strategische Online und Social Media Relations, Online Redaktion und Campaigning nutzt. Zu den Kunden der 2009 gegründeten Agentur gehören Unternehmen wie Coca-Cola, ŠKODA AUTO Deutschland, Fraunhofer IMS sowie Unternehmen und Verbände aus der Ernährungs-, Stahl- und Banken- wie auch Versicherungsbranche.

Weitere Informationen erhalten Sie gerne über:

Anke Kisters
SMART PR GmbH
Talstrasse 22-24
40217 Düsseldorf
Tel. +49 (0) 211 2709-204
E-Mail: kisters@smart-pr.de