

Bosch und Merck gewinnen den „Integrated Communication Award 2020/2021“

F.A.Z.-Institut verleiht Preise für die beste integrierte Kommunikation

Frankfurt am Main, 8. Februar 2021

Integriertes Kommunikationsmanagement ist die Königsdisziplin der Unternehmens- und Marketingkommunikation. Das Zusammenspiel von Strategien, Maßnahmen, Botschaften und Erfolgsmessung ist die Basis für eine optimale Positionierung. Ganzheitlich agierende Mitarbeiter/innen sowie klare Zielvorgaben der Unternehmensführung sind dabei neben Strukturen und Prozessen unerlässlich. Zwei Unternehmen zeigen, wie es geht und wurden dafür mit dem „Integrated Communication Award“ ausgezeichnet: Die Robert Bosch GmbH in der Kategorie Performance und die Merck KGaA in der Kategorie Prozessintegration.

In einem mehrstufigen Auswahlprozess mit anschließender Jurybewertung wurden auch in diesem Jahr wieder zwei Unternehmen als Sieger für die beste integrierte Kommunikation gekürt. Beide haben gezeigt, wie eine ganzheitliche Unternehmenskommunikation erfolgreich angestrebt und realisiert werden kann.

Die Robert Bosch GmbH behauptet sich in der Kategorie *Performance*. Das in vielen Märkten führende Technologie- und Dienstleistungsunternehmen mit rund 400.000 Mitarbeiter/-innen überzeugte die Jury durch eine professionell durchdeklinierte Bewerbung, die ein hohes Maß an interner, interdisziplinärer und crossfunktionaler Integration der Kommunikationsfunktion belegt. Auszeichnungswürdig waren unter anderem eine differenzierte Stakeholderadressierung beispielsweise durch den eigenen Bereich *Stakeholder Dialogue* sowie eine deutliche Zielorientierung der vorgestellten Kampagnen mit einer klaren Strategie-Roadmap.

Die *COMPACT Strategy* bildet den Rahmen für die Arbeit des Anfang 2019 organisatorisch zusammengefassten Zentralbereichs *Corporate Communications and Governmental Affairs* sowie der erweiterten internationalen Kommunikations-Community bei Bosch. Die Jury honorierte die Formulierung und Ableitung der Kommunikationsstrategie aus der Unternehmensstrategie unter Beteiligung aller Kommunikator/-innen weltweit. Projekte werden zudem von der Strategie über die Umsetzung bis hin zur Evaluation abteilungsübergreifend realisiert, wobei auch die breite Messung auf der Outcome-Ebene bemerkenswert ist. Bosch sticht mit seiner Bewerbung durch eine mustergültige Umsetzung integrierter Kommunikation hervor, die in ihrer detaillierten Ausarbeitung und Umsetzung auszeichnungswürdig ist.

In der Kategorie *Prozessintegration* hob sich Merck von seinen Mitstreitern ab. Das globale, im DAX gelistete Wissenschafts- und Technologieunternehmen mit Hauptsitz in Darmstadt führte im Januar 2020 sein maßgeschneidertes und international angelegtes Newsroom-Konzept *Integrated Communication Center (ICC)* ein. Es ist der zentrale Dreh- und Angelpunkt für

Pressemeldung

die Gesamtkommunikation und wird verstanden als physischer (und in Corona-Zeiten virtueller) „Marktplatz des Dialoges“ für die Kommunikationsabteilung und seine internen Partner sowie Kunden. Die Jury hob das Potenzial des Ansatzes hervor, der die Unternehmenskommunikation von der Zielsetzung bis zur Umsetzung und Evaluation in transparenten Prozessen zusammenführt, auf einer globalen Ebene integriert und eine klare Stakeholderorientierung beweist. Dies ermöglicht eine differenzierte und durch digitale Tools unterstützte Struktur des gegenseitigen Austauschs.

Insbesondere die stringente und strategieorientierte Umsetzung der Neupositionierung von Merck als „vibrant science & technology company“ mit dem klaren Ziel, Kommunikation ganzheitlich zu konzipieren, zu organisieren und zu steuern, überzeugt die Jury. Zudem wurde die schlüssige Markenleitkampagne rund um „Neugier“ als Basis wissenschaftlichen Fortschritts sowie eine klare Verbindung zum Innovationsmanagement gewürdigt. Mit seiner kollaborativen Strategieumsetzung demonstriert Merck einen bemerkenswerten und mutigen Schritt des Unternehmens hin zu einer ganzheitlich integrierten Kommunikation. Das Kommunikationsteam von Merck dient als Vorbild für weitere Unternehmen.

Der Juryvorsitzende Professor Ansgar Zerfaß vom Lehrstuhl für Strategische Kommunikation der Universität Leipzig, kommentierte: „Wir haben eine Vielzahl intelligenter und kreativer Ansätze für ganzheitliche Kommunikation gesehen. Besonders überzeugt haben die Jury diejenigen Unternehmen, die jenseits einzelner Maßnahmen überzeugend das große Ganze erklären konnten – wie Kommunikation zu Unternehmenszielen beiträgt, wie das in komplexen Organisationen organisiert und gesteuert wird, wie man Erfolge nachweisen kann. Das ist notwendig, wenn man über die eigene Community hinaus die Leistungsfähigkeit moderner Kommunikation erklären will.“

Zur Integrierten Kommunikation und zum Juryverfahren

Eine ganzheitliche Unternehmens- und Marketingkommunikation kann auf verschiedenen Ebenen realisiert werden: Ganzheitliche Konzeption und Umsetzung der Kommunikation, Ganzheitliche Organisation der Kommunikation, Ganzheitliche Steuerung der Kommunikation, Ganzheitliche Zielorientierung der Kommunikation.

Die Kandidaten für die Shortlist wurden von Jurymitgliedern aufgrund ihrer Leistungen in den letzten Monaten vorgeschlagen. Die zur Bewerbung eingeladenen Unternehmen konnten einen umfangreichen Überblick ihrer integrierten Kommunikationsarbeit entlang definierter Kriterien einreichen. Eine hochkarätige Jury aus Kommunikations- und Marketingleiter/-innen sowie Unternehmensberater/-innen u.a. von der Aareal Bank, Deloitte, Deutsche Börse, Deutsche Post DHL, Fraport, Microsoft, news aktuell, Nord Stream 2 und Swiss RE wählte dann die Sieger für das beste integrierte Kommunikationsmanagement in diesem Jahr aus.

Pressemeldung

Das F.A.Z.-Institut

Das F.A.Z.-Institut für Management-, Markt- und Medieninformation GmbH ist eine 100%ige Tochtergesellschaft der Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH und versteht sich als B2B-Dienstleister für Kommunikations- und Marketingentscheider. Seit 1989 zeichnet es sich durch gezielte Unterstützung seiner Kunden in folgenden Bereichen aus:

- Informationsbeschaffung und Analyse
- Entwicklung und Einsatz von Kommunikationsinstrumenten
- Steuerung der Marketing- und Positionierungsaufgaben
- Bereitstellung von Plattformen für die Zielgruppe

Der „Integrated Communication Award“ wird im Rahmen des „14. Deutschen Marken-Summit“ am 04. Mai 2021 in den Räumlichkeiten der Fraport in Frankfurt am Main verliehen.

Weitere Infos zur Veranstaltung finden Sie unter www.marken-summit.de . Diese Pressemitteilung steht auch auf der Webseite des F.A.Z.-Instituts (www.faz-institut.de) im Bereich „Aktuelles“ zum Download bereit.

Mitglieder der Jury des Integration Communication Award 2020/21

Marc Binder, Director Group Communication, McKesson Europe; Ingrid Haas, Managing Director Group Communications and Marketing, Deutsche Börse; Jürgen Harrer, Leiter Unternehmenskommunikation, Fraport AG; Dr. Gero Kalt, Geschäftsführer, F.A.Z.-Institut für Marketing- Markt- und Medieninformationen GmbH; Sven Korndörffer, Group Communications & Governmental Affairs, Aareal Bank; Björn Korschinowski, Head of Corporate Communications, Deka Bank; Ulrich Lissek, Leiter Kommunikation, Nord Stream 2; Thomas Mickleit, Mitglied der Geschäftsführung, Director Communications, Microsoft Deutschland GmbH; Dr. Jan Dietrich Müller, Head of Group Communications, Swiss RE; Dr. Jan Sass, Gründer und Partner, Lautenbach Sass; Monika Schaller, Leiterin Unternehmenskommunikation und Unternehmensverantwortung, Deutsche Post DHL Group; Dr. Pascal Schneider, Head of Brand & Communications, Deloitte; Edith Stier-Thompson, Geschäftsführerin, news aktuell; Prof. Dr. Ansgar Zerfaß, Universitätsprofessor für Strategische Kommunikation, Universität Leipzig.

Pressekontakt:

F.A.Z.-Institut GmbH
Angela Markovic
Frankenallee 71-81
60327 Frankfurt am Main
Telefon: +49 69 75 91-1133
E-Mail: a.markovic@faz-institut.de