



17.01.2018

Startklar für Big Data?!

Die neue COMMUNICATION INSIGHTS analysiert Chancen, Voraussetzungen und Best Practices für die Kommunikation

- **Das Forschungsprogramm Value Creating Communication der Akademischen Gesellschaft für Unternehmensführung & Kommunikation untersuchte über zweieinhalb Jahre hinweg, wie Big-Data-Anwendungen die strategische Kommunikation unterstützen können.**
- **In Zusammenarbeit mit führenden Unternehmen und Datenexperten wurde ein eigenes Big-Data-Modell entwickelt und Voraussetzungen, Chancen und Best Practices analysiert.**
- **Die COMMUNICATION INSIGHTS fasst diese Erkenntnisse für Praktiker übersichtlich zusammen und steht kostenlos zum Download zur Verfügung.**

Daten werden als Währung des 21. Jahrhunderts gehandelt. Und auch für die Unternehmenskommunikation sind die Potenziale in der Tat vielversprechend: „Big Data bilden eine wertvolle Informationsquelle, die die Kommunikationsplanung, Umsetzung sowie Evaluation der Kommunikationsaktivitäten nachhaltig verbessern können“, erklärt Prof. Dr. Ulrike Röttger. „Daten insbesondere aus den sozialen Netzwerken erlauben einen umfassenden Einblick in die Interessen, Bedürfnisse und Gewohnheiten von Menschen und ermöglichen eine individuelle Ansprache.“ Die Professorin für Public-Relations-Forschung an der Universität Münster hat im Auftrag der Akademischen Gesellschaft zusammen mit ihrem Team mögliche Anwendungen von Big Data in der Unternehmenskommunikation über zweieinhalb Jahre untersucht.

Trotz dieser enormen Potenziale nutzt bislang nur rund jede fünfte Kommunikationsabteilung oder Kommunikationsagentur Big-Data-Anwendungen für ihre Arbeit. Häufig scheidet es an fehlendem Know-how oder mangelnden technischen Infrastrukturen. Dr. Christian Wiencierz, Projektleiter für die Studie, hat zahlreiche Experten aus Praxis und Wissenschaft befragt und die gewonnenen Erkenntnisse analysiert. „Auffallend war, dass sich die meisten Erfahrungen mit Big Data auf Anwendungen im Marketing stützen. Dabei gäbe es auch zahlreiche Anwendungsbereiche in der Unternehmenskommunikation“, so Wiencierz. Vor allem das Issues Management und Listening, das Content Management, Reputationsmanagement, die Kunden- und die Mitarbeiterkommunikation könnten von Big-Data-Analysen profitieren.

Grundsätzlich können Daten den gesamten strategischen Kommunikationsprozess unterstützen – von der Situationsanalyse über die Strategieplanung bis hin zur Implementierung und Erfolgskontrolle. Hierfür wurde ein eigenes Big-Data-Anwendungsmodell entwickelt, das in sieben Schritten beschreibt, wie die Daten genutzt werden können.

Wie genau dies funktioniert und welche technischen bzw. organisatorischen Voraussetzungen erfüllt sein müssen, beschreibt die aktuelle Ausgabe der COMMUNICATION INSIGHTS „Startklar für Big Data“. Zudem werden



Best Practices von Bosch und Otto vorgestellt. Die Publikation ist speziell für Praktiker aufbereitet und steht allen Interessierten kostenlos zum Download unter www.akademische-gesellschaft.com zur Verfügung.



Copyright: Akademische Gesellschaft für Unternehmensführung & Kommunikation, Leipzig.

Diese Studie ist im Rahmen des **Forschungsprogramms Value Creating Communication** entstanden, das von der Akademischen Gesellschaft für Unternehmensführung & Kommunikation seit 2015 in enger Kooperation mit 40 Unternehmenspartnern bearbeitet wird. In verschiedenen Modulen werden zunächst bis 2020 die wesentlichen Herausforderungen von Kommunikationsabteilungen untersucht. Dazu zählen Wertschöpfung, Digitalisierung und Big Data, sowie Agilität und Social Bots.

Die **Akademische Gesellschaft für Unternehmensführung & Kommunikation** ist eine gemeinsame Initiative von Wirtschaft und Wissenschaft, mit dem Ziel die Unternehmenskommunikation durch Studien und Erfahrungsaustausch weiterzuentwickeln und zu professionalisieren. Sie wurde 2010 gegründet und wird mittlerweile von sechs Universitäten und 40 deutschen und internationalen Konzernen unterstützt.



Kontakt:

Karen Berger, Akademische Gesellschaft für Unternehmensführung & Kommunikation

berger@akademische-gesellschaft.com | Tel: +49 341 9735052 | Mobil: +49 178 6692205 | www.akademische-gesellschaft.com