

Pressemitteilung

Hochschule Macromedia, University of Applied Sciences

Nathalie Ehling

14.10.2024

<http://idw-online.de/de/news841153>

Forschungs- / Wissenstransfer, Forschungsergebnisse
Gesellschaft, Medien- und Kommunikationswissenschaften, Umwelt / Ökologie, Wirtschaft
überregional



Professionelle Kommunikation kann Medienecho zu Nachhaltigkeitsthemen positiv beeinflussen

Spätestens ab Anfang kommenden Jahres müssen große und alle kapitalmarktorientierten Unternehmen sowie große Versicherungen und Banken in der Europäischen Union neue Standards bei der Berichterstattung über Nachhaltigkeitsthemen erfüllen. Doch wie gut sind die Firmen in Deutschland auf diese neue Herausforderung eigentlich vorbereitet? Und welche Aspekte in dieser neuen Selbstberichterstattung beeinflussen wiederum die entsprechende Medienberichterstattung? Das war Thema einer Studie, die die Hochschule Macromedia gemeinsam mit der Hamburger Agenturgruppe Faktenkontor jetzt veröffentlicht hat.

Untersucht wurde dabei die Selbst- und Medienberichterstattung von 50 Unternehmen, die im sogenannten „DAX 50 ESG“ zusammengefasst sind. Diese Unternehmen haben basierend auf der branchenbezogenen Nachhaltigkeitsperformance, ihrem Börsenwert und Umsatz Eingang in den Index gefunden. Die Selbstberichterstattung wurde dabei anhand der jeweils umfangreichsten Nachhaltigkeitskommunikation des einzelnen Unternehmens (zumeist Nachhaltigkeitsberichte) in einer händischen Inhaltsanalyse von Studierenden untersucht. Für die Medienberichterstattung wurden insgesamt 4,5 Millionen Medienbeiträge zu den erwähnten Firmen aus 210.000 Medien mit Hilfe von Künstlicher Intelligenz analysiert. Alle Analysen beziehen sich auf das komplette Jahr 2023.

Zum einen zeigt sich dabei, dass die künftig wichtigen CSRD-Standards nur von sehr wenigen Organisationen im Untersuchungszeitraum überhaupt schon vollständig beachtet wurden (20%). Zum anderen wird aber auch deutlich, dass für die Organisationen, die das bereits praktizieren, damit eher eine leichte Zunahme negativer, kritischer Berichterstattung verbunden ist. Umgekehrt zeigen die Daten aber auch, dass die aktive Einbringung von sozialen sowie Umweltthemen einen neutralisierenden oder sogar positiven Einfluss haben kann. Dasselbe gilt für die Nennung möglichst konkreter Kennzahlen für einzelne Nachhaltigkeitsbereiche.

„Professionalität in der Kommunikationsarbeit scheint zu zumindest weniger negativer oder sogar mehr neutralerer Berichterstattung zu führen“, erläutert Jörg Forthmann von der Agentur Faktenkontor. Florian Meißner, einer der beiden Studienleiter auf Seiten der Hochschule Macromedia, ergänzt: „Dafür spricht auch, dass über Unternehmen mit vielen Mitarbeitenden und mit hohem Umsatz positiver oder zumindest neutraler berichtet wird.“ Co-Studienleiter Holger Sievert warnt: „Aber auch professionellste Kommunikationsarbeit kann gewisse Aspekte nicht beeinflussen – beispielsweise definiert die jeweils gegebene Branche zu hohem Maße Grundtonalitäten vor.“

Ein Webinar zur Studie findet am 12. November von 10:00 bis 11:00 Uhr statt. Hier können Sie sich anmelden. Für 2025 sind zudem Erkenntnisse der Erhebung bereits bei mehreren namhaften internationalen Konferenzen eingereicht, um diese auch außerhalb des deutschen Sprachraums interessierten Expert:innen zugänglich zu machen.

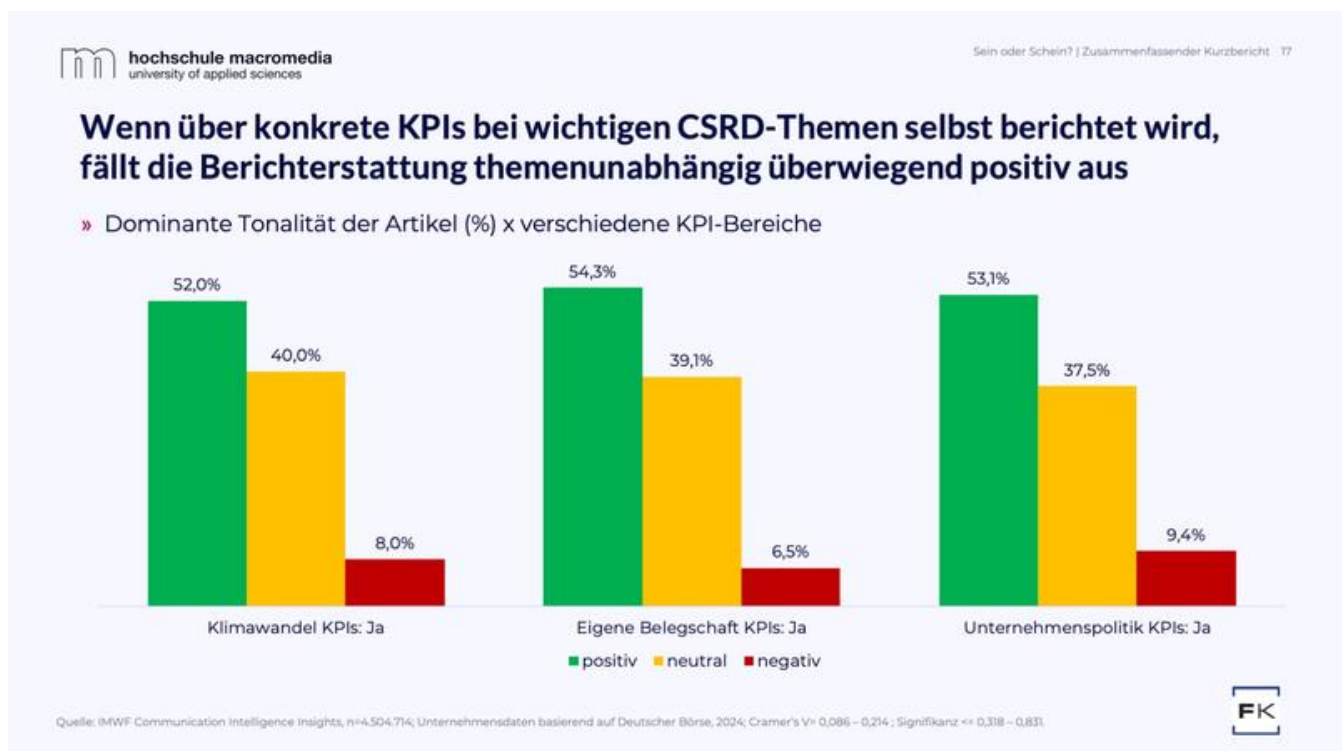
Über Macromedia

Die Hochschule Macromedia ist eine Multi-Campus-Hochschule. Privater Träger ist die Macromedia GmbH mit Sitz in München. Weitere Standorte sind Berlin, Frankfurt, Freiburg, Hamburg, Köln, Leipzig, München und Stuttgart mit rund 5500 Studierenden sowie die Studienzentren Düsseldorf und Hannover. Insgesamt beinhaltet das Studienangebot der Hochschule Macromedia ein breit gefächertes Portfolio staatlich anerkannter Bachelor- und Masterabschlüsse in deutscher und englischer Sprache, aktuell 15 Studiengänge mit 106 Vertiefungsrichtungen. Thematische Schwerpunkte des Studienangebots liegen in den Bereichen Medien, Management und Kommunikation, Digitale Technologien und Design, Sport, Psychologie, Games, Journalismus, Film, Fashion, Musik und Schauspiel.

wissenschaftliche Ansprechpartner:

Prof. Dr. Holger Sievert

Prof. Dr. Florian Meißner



Bei eigener KPI-Berichterstattung zu wichtigen CSRD-Themen fällt die Darstellung unabhängig vom Thema überwiegend positiv aus
Hochschule Macromedia