



27.07.2023 11:00 CEST

## **Analyse von Mynewsdesk legt dar: Klimaneutralität gewinnt zunehmend an Relevanz für Marketingentscheidungen und Kampagnenplanung**

*Positive Medienresonanz und zunehmendes Interesse in führenden deutschsprachigen Medien verdeutlichen die wachsende Bedeutung von Klimaneutralität im Marketing.*

**Leipzig/München, 27. Juli 2023. Eine aktuelle Sentiment-Analyse von Mynewsdesk, Anbieter der gleichnamigen smarten Cloud-Lösung für eine effiziente Medien-Kommunikation, basierend auf der Auswertung von rund 1.000 Artikeln in führenden deutschsprachigen Marketing- und Business-**

**Medien im Zeitraum von Mai bis Juni 2023, zeigt einen deutlichen Anstieg der Relevanz von Klimaneutralität bei Marketingentscheidungen und der Kampagnenplanung. Die Analyse ergab zudem, dass es ein grundsätzlich positives Mediengeschehen rund um CO2-neutrales Marketing gibt.**

### **Green Media: Positive Berichterstattung und wachsendes Interesse**

Das Mediengeschehen rund um Green Media und Green Marketing verzeichnet eine spürbare Dynamik und gewinnt immer mehr an Bedeutung. Unter Green Marketing versteht man im Allgemeinen alle Marketingstrategien und -aktivitäten, die auf umweltfreundliche und nachhaltige Prinzipien ausgerichtet sind. Dabei geht es unter anderem darum, sicherzustellen, dass erneuerbare Energien und Recyclingmaterialien eingesetzt werden und konsequent auf den Emissionsausstoß der einzelnen Marketing-Maßnahmen geachtet wird.

Eine umfangreiche Analyse von Mynewsdesk ergab, dass mehr als 430 der gut 1.000 untersuchten Artikel eine deutlich positive Grundstimmung zum Thema aufwiesen. Diese positiven Berichte betonten insbesondere die wachsende Bedeutung von Green Media und verdeutlichten die zunehmende Akzeptanz nachhaltiger Marketingstrategien.

Darüber hinaus beleuchteten weitere 400 Artikel die Themen um nachhaltiges Marketing neutral-informativ. Diese Berichterstattung zeugt von einem breiten Interesse und einer umfassenden Auseinandersetzung mit den Herausforderungen aber auch Chancen des ökologisch orientierten Marketings. Die Tatsache, dass eine derart große Anzahl von Artikeln das Thema behandelt hat, verdeutlicht die Relevanz und Aktualität von Green Media in der öffentlichen Diskussion.

Aktuelle Medienberichte unterstützen diese Entwicklung. So beschäftigten sich renommierte Medienhäuser und Fachzeitschriften mit den verschiedenen Aspekten von Green Media und berichteten über innovative Ansätze, Erfolgsgeschichten und Best Practices. Beispielsweise hob ein Artikel in einer bekannten Wirtschaftszeitung die Bedeutung von klimaneutralen Werbestrategien hervor und würdigte Unternehmen, die sich konsequent für nachhaltiges Marketing einsetzen. Unternehmen, die ihre CO2-Bilanz bei Marketingprozessen und -kampagnen konsequent verbessern, setzen beispielsweise Ökostrom für digital angezeigte Werbung ein, nutzen die Serverkapazitäten effektiver, verwenden biologisch abbaubare Druckfarben für Marketingmaterialien oder verwenden Papier aus nachhaltiger

Forstwirtschaft. Auch die Wahl der Hintergrund- und Schriftfarbe hat einen Einfluss auf den Energieverbrauch des Bildschirms und kann diesen deutlich senken.

### **Future View: Klimaschutz in der Kommunikation**

Die positive Berichterstattung und das breite Interesse seitens der Medien verdeutlichen, dass Green Media und Green Marketing einen immer größeren Stellenwert einnehmen. Unternehmen erkennen die Relevanz ökologischer Verantwortung und setzen vermehrt auf nachhaltige Marketingmaßnahmen. Die Medienberichterstattung spiegelt somit den gesellschaftlichen Wandel und das steigende Bewusstsein für eine ökologisch und sozial verträgliche Ausrichtung von Unternehmen wider.

„Diese Sentiment-Analyse unterstreicht den wachsenden Einfluss des Klimaschutzes auf Marketingentscheidungen. Unternehmen erkennen die Bedeutung und setzen vermehrt auf klimaneutrale Werbestrategien“, kommentiert Kristina Pilkinton, Country Managerin DACH von Mynewsdesk. „Die positiven Reaktionen in den Medien verdeutlichen, dass CO<sub>2</sub>-neutrales Marketing auf großes Interesse stößt und als zukunftsweisender Ansatz wahrgenommen wird. Genau diese Erfahrungen und Tendenzen spüren wir auch in unseren Kundengesprächen. Nachhaltigkeit ist eines der Kernthemen unserer Kunden – auch in der Kommunikation und den zugehörigen Prozessen“, führt Kristina Pilkinton weiter aus.

### **Zur Sentiment-Analyse von Mynewsdesk**

Eine Sentiment-Analyse ist eine Methode, um die Stimmung oder Meinung von Content zu identifizieren und zu bewerten. Dabei werden Texte nach positiven, negativen oder neutralen Aussagen durchsucht, um ein umfassendes Verständnis der sentimentalen Reaktionen zu erhalten. In diesem Fall wurde die Sentiment-Analyse von Mynewsdesk auf der Auswertung von rund 1.000 Artikeln in führenden deutschsprachigen Marketing- und Business-Medien von Mai bis Juni 2023 durchgeführt, um die Reaktionen auf CO<sub>2</sub>-neutrales Marketing zu erfassen.

Mynewsdesk nutzt das Mittel der „Sentiment-Analyse“, um ein umfassendes Verständnis der öffentlichen Meinung und Stimmung zu bestimmten Themen oder Marken zu erhalten. Darüber hinaus gibt die Sentiment-Analyse einen Überblick über Trends und Entwicklungen in der Branche. Indem das Unternehmen das Stimmungsbild und die Wahrnehmung ihrer Kunden und derer Herausforderungen versteht, kann Mynewsdesk gezielt Tools und

Features weiterentwickeln bzw. anpassen.

**Weitere Informationen darüber, wie Unternehmen ihre Kommunikation mit Mynewsdesk einfach, effizient und klimafreundlich gestalten können, finden Sie unter: <https://www.mynewsdesk.com/de-de/>. Unternehmen, die interessiert sind, haben die Möglichkeit, eine individuelle Demo der Kommunikationsplattform zu buchen und einen Einblick in ihre vielfältigen Funktionen zu erhalten.**

---

Mynewsdesk ist die smarte Lösung für eine effiziente Medien-Kommunikation. Auf einer einzigartigen Plattform in der Cloud bündeln Anwender all ihre externen Kommunikationsaktivitäten an einem Ort und erreichen wirksam mit wenigen Klicks die richtigen Kanäle, Medien und Kontakte für deren Content. Dank der intelligenten Tools und des integrierten Newsrooms von Mynewsdesk erhöhen Unternehmen oder Organisationen im Handumdrehen ihre Sichtbarkeit, steigern die Effizienz und machen Medien-Kommunikation endlich klar messbar. Der Hauptsitz von Mynewsdesk ist in Stockholm, in Deutschland hat das Unternehmen Standorte in Leipzig sowie in München, die sich um Vertrieb und Marketing in der DACH-Region kümmern. Mehr Informationen zu Mynewsdesk finden Sie auch unter: [www.mynewsdesk.com/de-de/](http://www.mynewsdesk.com/de-de/).

## Kontaktpersonen



### **Tina Leithold**

Pressekontakt

Marcomms Mynewsdesk DACH

PR, Kommunikation, Marketing

[tina.leithold-wenk@mynewsdesk.com](mailto:tina.leithold-wenk@mynewsdesk.com)

+49 159 04 37 90 84



**Kristina Pilkinton**

Pressekontakt

Country Manager

Geschäftsführung

[kristina.pilkinton@mynewsdesk.com](mailto:kristina.pilkinton@mynewsdesk.com)