

A large, vibrant pink balloon is the central focus of the slide. It is inflated and has the "KION GROUP" logo printed on it in a light, semi-transparent pink color. The balloon is set against a clear blue sky. In the background, a white metal railing is visible, suggesting an outdoor setting like a stadium or event space.

Media intelligence in the age of data inflation

→ 2023-06-22, Corporate Communications
Philipp Dethloff
Classification: Excellence #Forum55

KION Group at a glance

Our segments: integrated supply chain and material handling solutions



Industrial Trucks & Services (ITS)

Supply Chain Solutions (SCS)

Corporate Services



Operating Units

incl. Financial Services

- KION ITS EMEA
- KION ITS Americas
- KION ITS Asia Pacific



DEMATIC

Operating Unit

- KION SCS



- Internal service entities
- Holding functions

Welcome to the age of data inflation

Ruth Brand, President of the Federal Statistical Office of Germany



RUTH BRAND

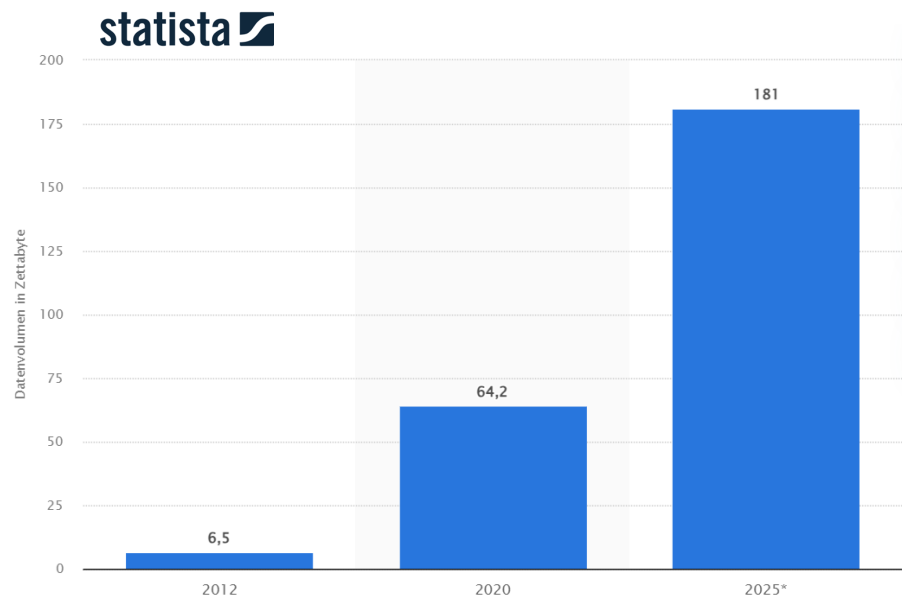
Ruth Brand ist seit Anfang 2023 Präsidentin des Statistischen Bundesamts und Bundeswahlleiterin. Die promovierte Wirtschaftswissenschaftlerin arbeitete fast 20 Jahre für die Wiesbadener Behörde; zuletzt leitete sie das Beschaffungsamt des Bundesinnenministeriums. Die 55-jährige Brand ist parteilos.

ZEIT ONLINE: Neben den amtlichen Daten gibt es längst eine Vielzahl von nichtamtlichen Statistiken, die von privaten Instituten, Interessenverbänden und so weiter zur Verfügung gestellt werden. **Erleben wir eine Dateninflation?**

Ruth Brand | Präsidentin Statistisches Bundesamt:

Das könnte man so sagen, **ja**. Gerade deshalb dürfen wir nicht allem hinterherlaufen. Ich will den Qualitätsanspruch der amtlichen Statistik halten. Wir müssen uns von den schlechteren, eiligen Daten und Statistiken noch unterscheiden, **wir müssen unsere eigene, harte Währung in der Dateninflation sein**. Und uns dann darum bemühen, mit unseren Daten auch an die Leute zu kommen, die sonst unseriöse Daten konsumieren.

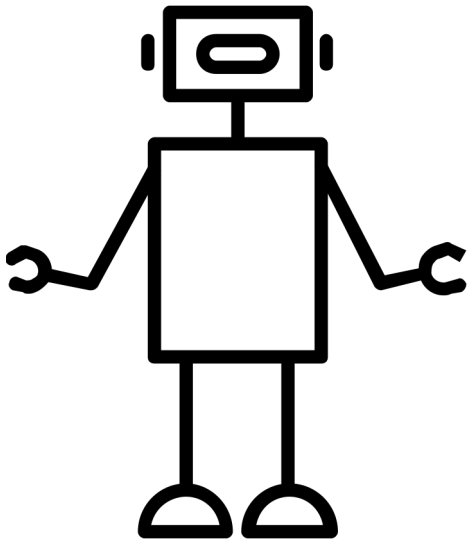
Amount of digital data generated/replicated annually worldwide in 2012 and 2020 and forecast for 2025



[Interview Query | 40 Hilarious Data Science Memes](#)

Hey ChatGPT...

Explain the term data inflation...



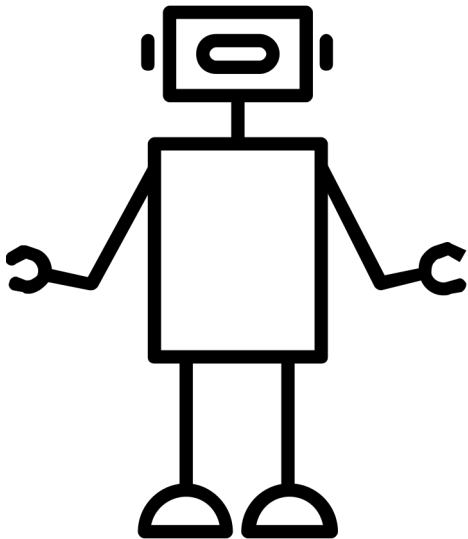
ChatGPT: "Data inflation" is not a commonly used term in the field of data analysis or data management. In the context of data, "inflation" typically refers to an **increase in the volume, size, or complexity of data**.

[...] Organizations and businesses have become more adept at collecting data from various sources, such as customer interactions, transactions, market research, and more. As data collection practices become more pervasive, the amount of data collected increases.

[...] Data inflation can pose challenges and opportunities for organizations. On the one hand, it provides a broader scope for analysis, insights, and decision-making. On the other hand, **managing and extracting meaningful information from the ever-growing data landscape can be complex and resource-intensive**. [...]

Hey ChatGPT...

And tell me what I can do about it...

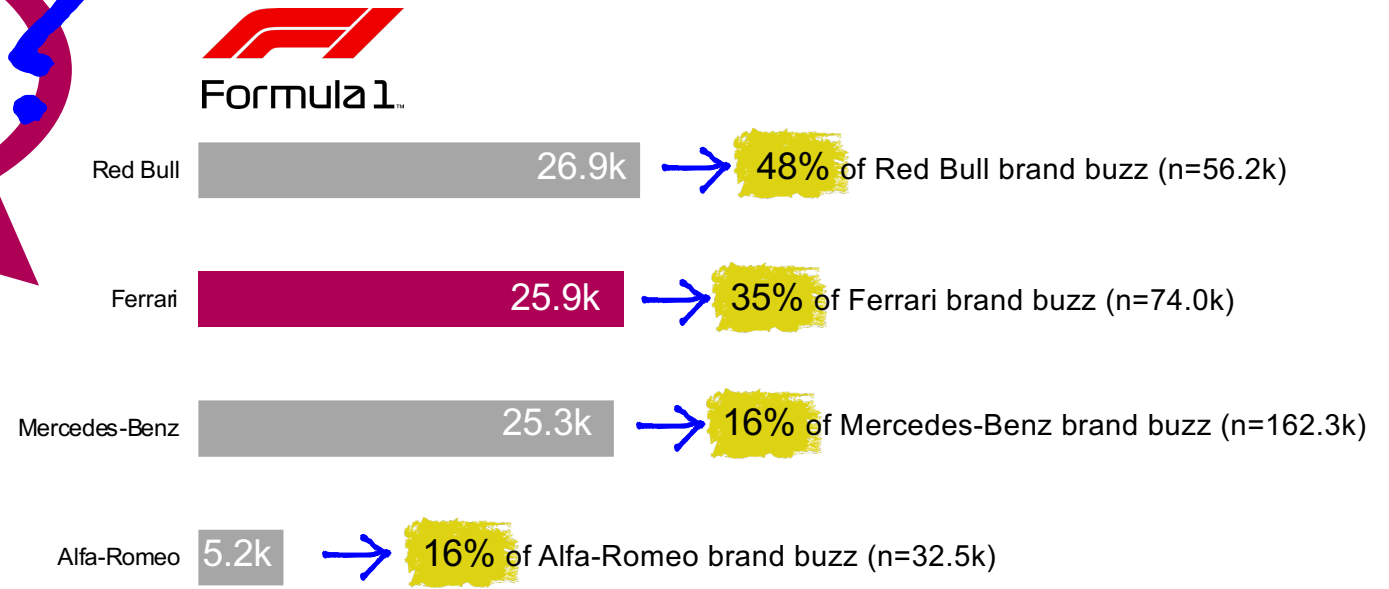


ChatGPT: Establishing robust data governance practices is crucial. This involves defining data ownership, **data quality standards**, data lifecycle management, and data retention policies.

[...] Focus on maintaining **high-quality data**. Implement **data validation processes, perform regular data cleansing, and address any data inconsistencies or errors**. Data quality tools and techniques, such as data profiling and data cleansing algorithms, can assist in this effort.

Comparing apples to oranges?

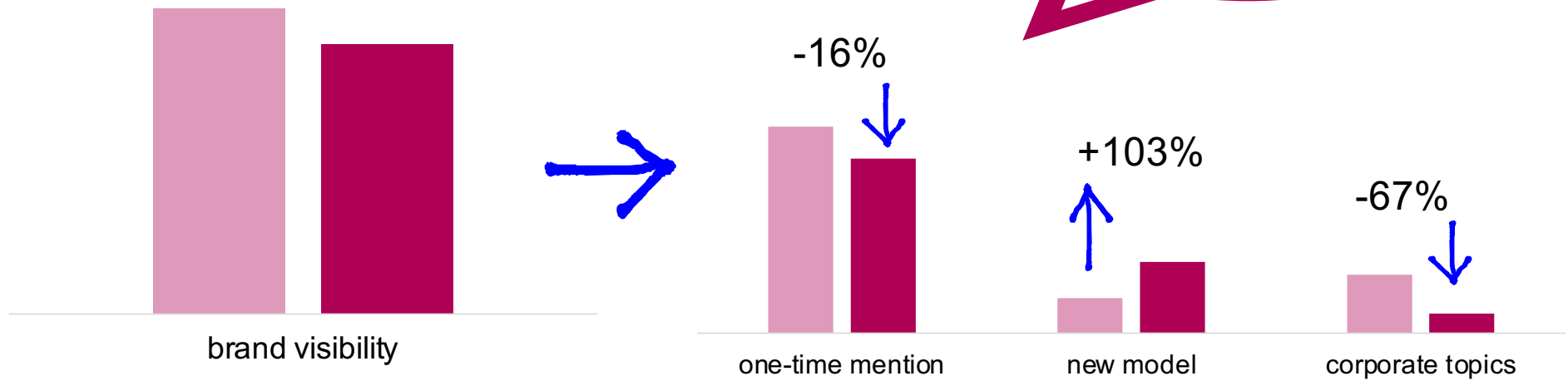
Impossible: Why is Ferrari more visible than my brand? They didn't have a major communications activity!



May 29 – June 11, 2023
Editorial online media

Do the numbers reflect the success of my communications efforts?

GROSS REACH
JANUARY VS. FEBRUARY



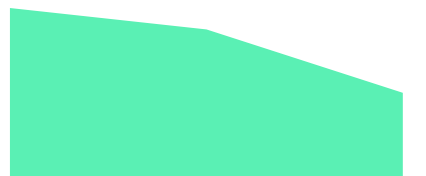
Impossible: Why do I not see the impact of the launch of my flagship model in February?!

Level of sophistication – how do you measure the success of your comms efforts?

Gross reach ↓

VS.

Net reach ↑



Dec Jan Feb

- Unweighted gross reach of the publication/channel, e.g., print media reach, online monthly unique visitors, social followers, TV viewership



Dec Jan Feb

- Entity and messages, object share
- probability of reception for specific message
- ...

Brennstoffzelle und Stapler aus einer Hand

Die Kion Group stärkt ihr Portfolio im Bereich des Wasserstoffantriebs. Der weltweit agierende Intralogistik-Konzern entwickelt und produziert künftig auch eigene Brennstoffzellensysteme für seine Flurförderzeuge.

Im Frühjahr dieses Jahres wird das Unternehmen ein eigenes 24-Volt-Brennstoffzellensystem für Lager- und Transportfahrzeuge auf den Markt bringen. Die Vervollständigung des Brennstoffzellenportfolios soll in den kommenden Jahren folgen. Damit können die Kion-Marken ihren Kunden künftig alles aus einer Hand anbieten: Das Fahrzeug, die Brennstoffzelle und den dazugehörigen Service. Der Konzern plant, die ersten Fahrzeuge mit eigenen Brennstoffzellensystemen in diesem Jahr an Kunden auszuliefern. Die Vorteile der Brennstoffzellentechnologie sind vielfältig. So erzeugt das Energiesystem im Betrieb keinerlei Emissionen – und ist damit prädestiniert für den Einsatz in geschlossenen Lagerhallen. Kommt der Wasserstoff zudem aus regenerativen Quellen, ist der Einsatz zudem klimaneutral.

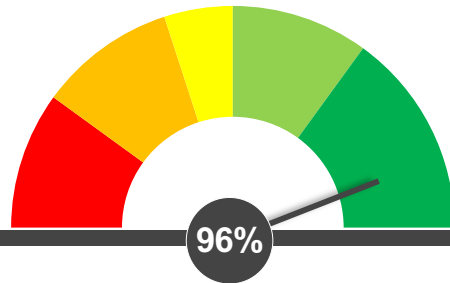
Bei den Stopps an der Wasserstofftankstelle offenbart sich eine weitere Stärke des Energiesystems, denn ein kompletter Tankvorgang nimmt maximal drei Minuten in Anspruch. Damit werden Einsatzunterbrechungen minimiert und die Verfügbarkeit der Fahrzeuge gesteigert. Das sind Vorteile im Mehrschichtbetrieb und bei großen Flotten. Dass keine giftigen Säuren oder andere Schadstoffe enthalten sind, ist ein weiteres Plus, nicht nur beim Thema Recycling, sondern auch in der täglichen Praxis. So ist der Brennstoffzellenantrieb etwa in hygienekritischen Branchen wie der Pharma- und Lebensmittelindustrie eine attraktive Alternative zur Blei-Säure-Batterie. Zudem erweist der Konzern auch eine eigene Wasserstoffversorgung am Standort Aschaffenburg. Die Arbeiten für eine staatlich geförderte Wasserstofftankstelle inklusive Elektrospur sind bereits so gut wie abgeschlossen. Nach Fertigstellung der Wasserstoffinfrastruktur sollen dort 21 Stapler mit Brennstoffzellenhybrid-System eingesetzt werden und einen Großteil der Stapler mit Verbrennungsmotor ersetzen, die derzeit dort im Einsatz sind.

Dass Wasserstoff und Brennstoffzellentechnologie für die Intralogistik großes Potential bergen, haben die Marken der Kion Group bereits früh erkannt. Ihre Tochter Linde Material Handling GmbH (Linde MH) beschäftigt sich bereits seit 1997 intensiv mit dieser vielversprechenden Technologie und hat 2019 erste Geräte in die Serienfertigung aufgenommen. Heute verfügt Linde MH über eines der größten Angebote an Flurförderzeugen mit Brennstoffzellenantrieb im Markt. Rund 80 % aller Modelle sind mit dieser zukunftsträchtigen Energievariante verfügbar. Dazu gehören neben Niederhubwagen, Schlepper oder Schuttmaststapler auch Gegengewichtstapler.

Auch bei einem weiteren Tochterunternehmen, der Still GmbH, hat die Technologie schon lange ein fester Bestandteil des Portfolios. Seit 2003 setzt Still bei Kunden regelmäßig Wasserstoffprojekte mit unterschiedlichen Fahrzeugtypen um. Um ihre Kunden im Bereich der Brennstoffzellentechnologie umfassend zu beraten und zu unterstützen, wurde eine Partnerschaft mit der Hydrogentec GmbH eingegangen, die spezielle Anlagentechnik konzipiert. Marktanalysen erstellt und Kunden zum Thema Wasserstoffinfrastruktur berät. Auf Wunsch bis hin zur Übergabe einer fertigen Wasserstoffinfrastruktur zur Betreuung von Flurförderzeugen.

Die Kion Group wird künftig ihre eigenen Brennstoffzellenfahrzeuge entwickeln und produzieren.

Tonality measurement – the Jeep issue



Subjective perception vs. big data approach and auto tonality

96%

positive to neutral tonality



“Stellantis CEO Carlos Tavares at the time blamed the growing ‘political influence’ in doing business with partners in China, while GAC said it was ‘deeply shocked’ by Stellantis’ decision.”

Jeep国产失败，广汽炮轰欧洲车企不尊重中国客户

“Guangzhou Auto blasted European car companies **do not respect Chinese customers**”

chejiahao.autohome.com.cn | August 1, 2022

昔日“夫妻”反目成仇，Stellantis与广汽隔空互撕

“Stellantis and GAC tear each other apart as former **husband and wife turn against each other**”

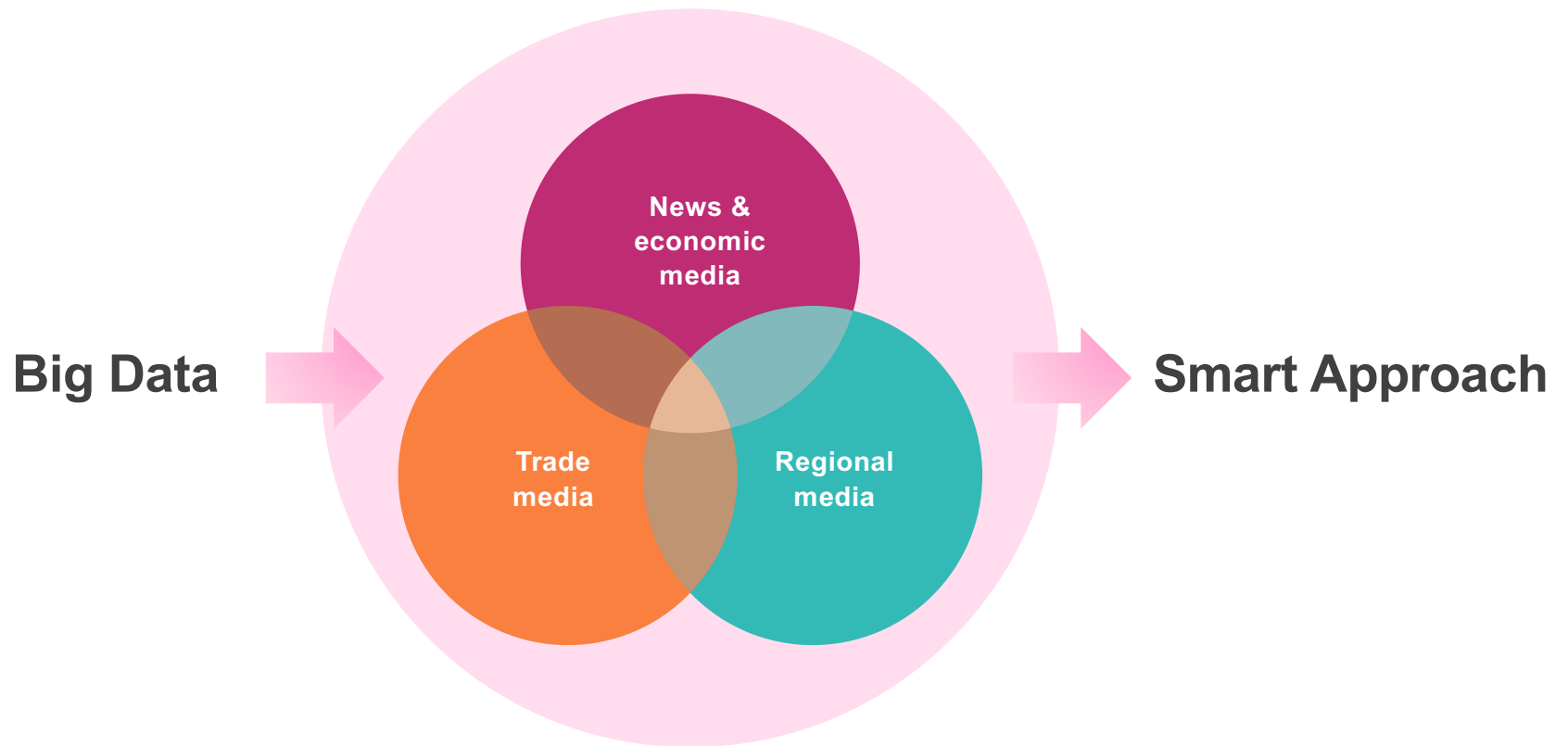
chinanews.com.cn | August 3, 2022

央视网 > 汽车频道

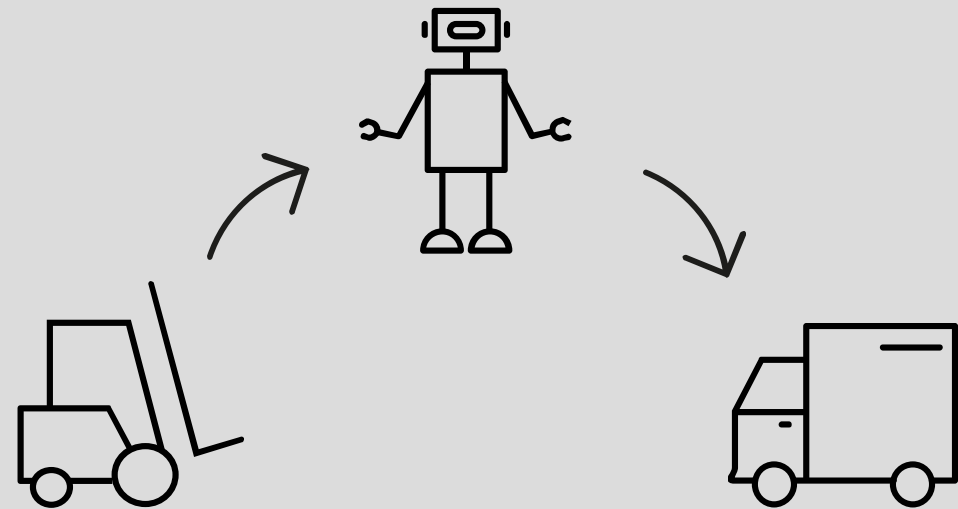
广汽“反击”Stellantis：合资败在不尊重中国市场

“Joint venture lost in **disrespect for the Chinese market**”
auto.cctv.cn | August 5, 2022

From big data to a smart approach: e.g., media panel differentiation and penetration



Media Intelligence **The KION Way**



The circle of ~~life~~ corporate comms

Using data for the entire value chain

 Content creation

 Listening & monitoring

 Insights & recommendations



 Visualization & dashboards

 Analysis, aggregation & evaluation

Löwe Felsen König - Kostenloses Bild auf Pixabay

Holistic cross-channel approach



International association for the measurement and evaluation of communication

“Holistic communication measurement and evaluation includes all relevant online and offline channels.”



Back to school

Lasswell model of communication

Who says what in which channel to whom with what effect

Input & Output

- Number of press releases, interviews, events
- Owned, earned & internal channel performance
- Brands & products
- Topics
- Benchmark
- Markets
- Outside-in perspective
- ...



Audience insights

- Gender
- Age
- Income
- Profession
- Family status
- ...



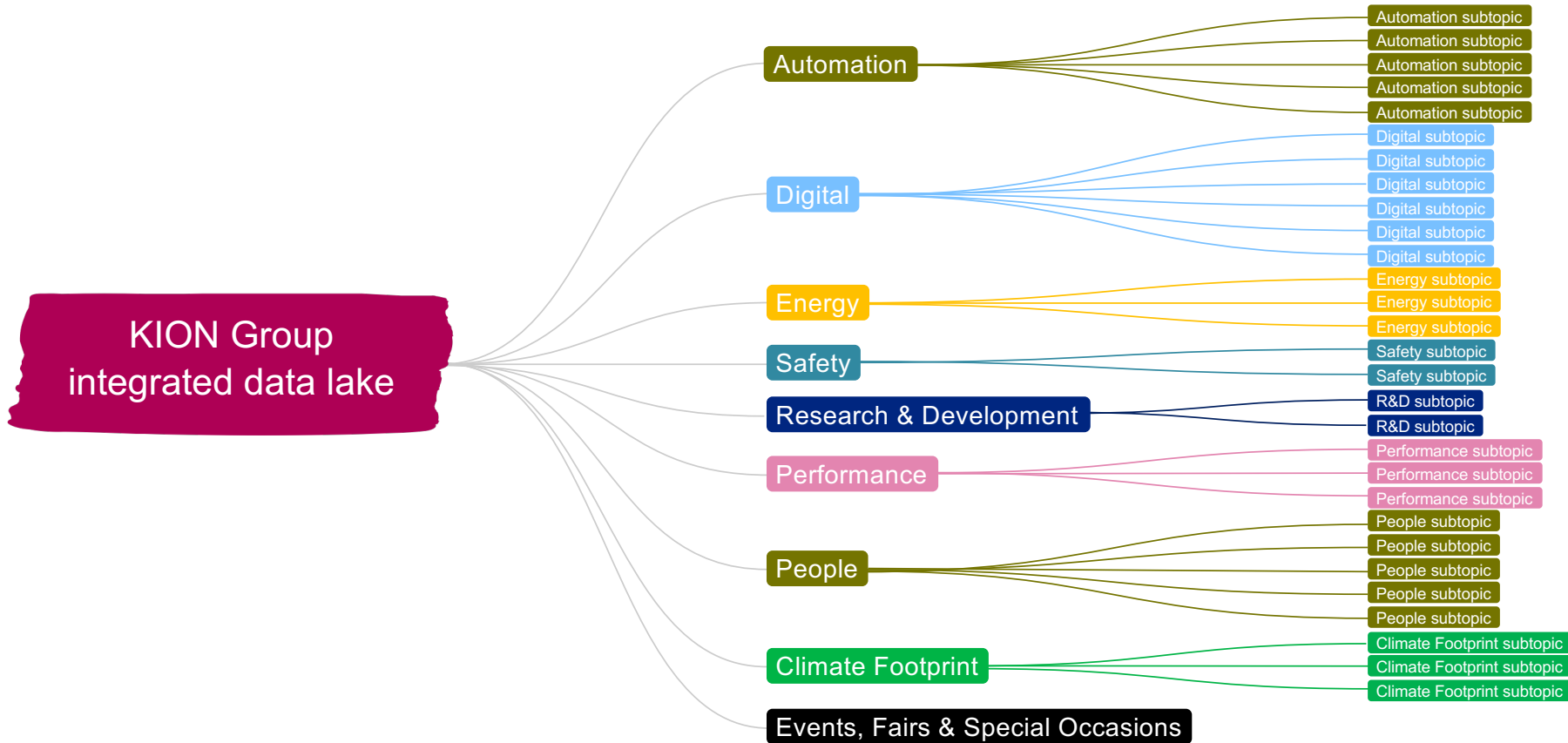
Outcome

- Engagement
- Google trends
- Image Surveys
- Website traffic, conversions & leads

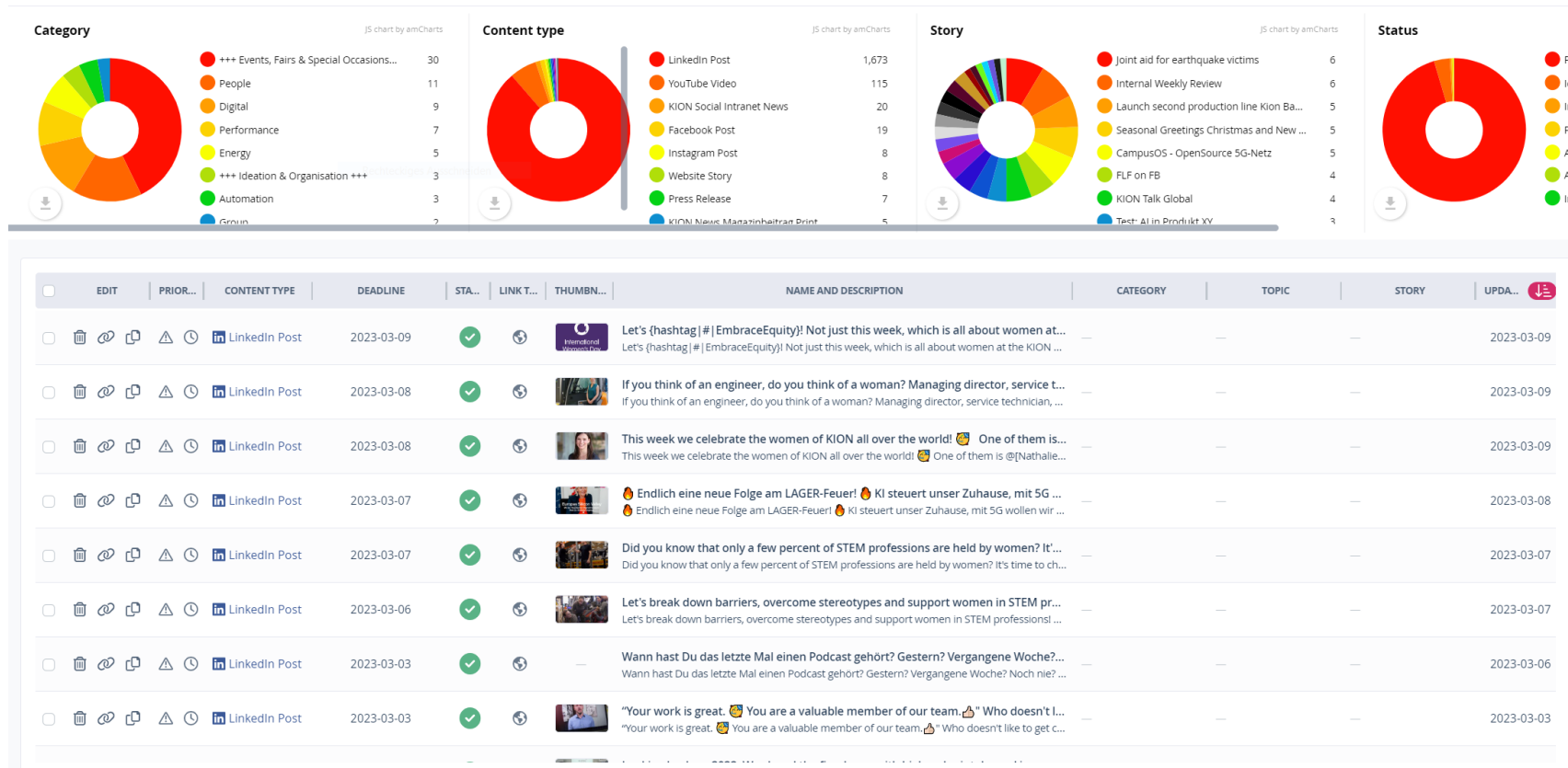
Impact

- Sales
- Stock perf.

Our cross-channel approach for strategic focus topics

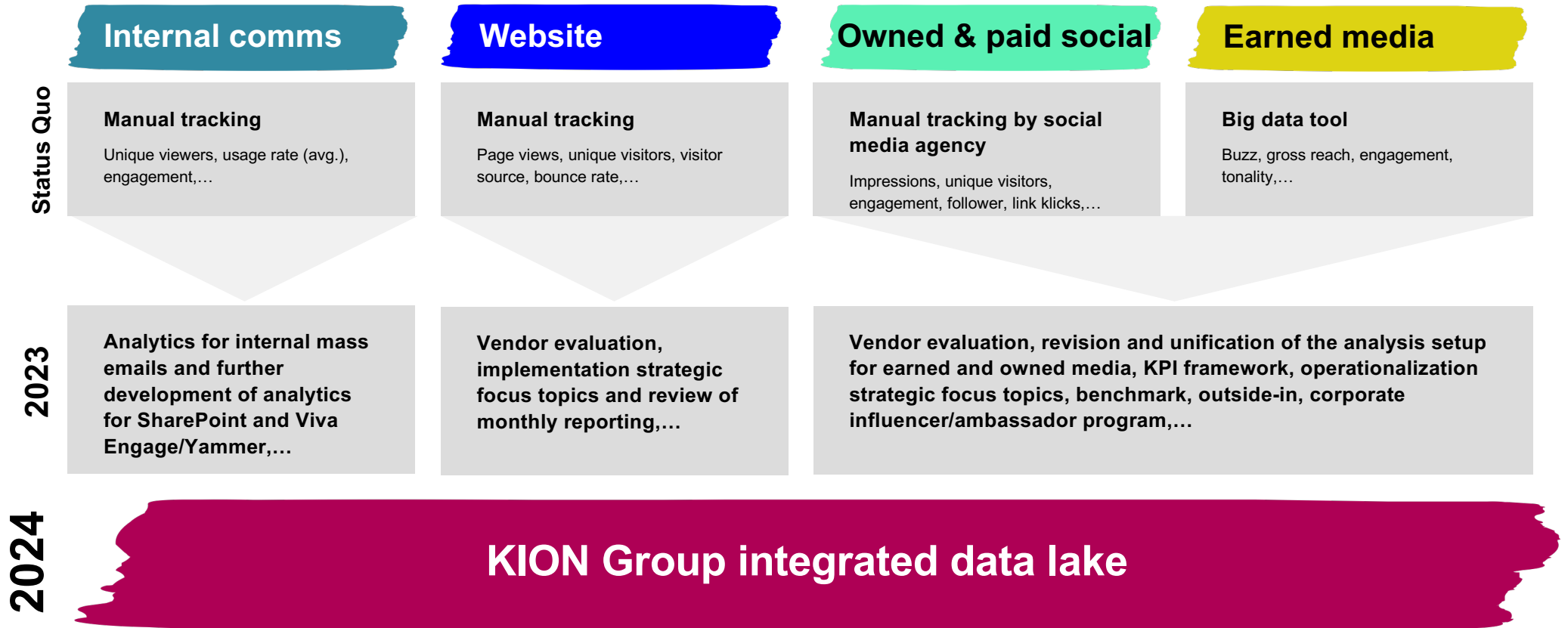


Input analysis



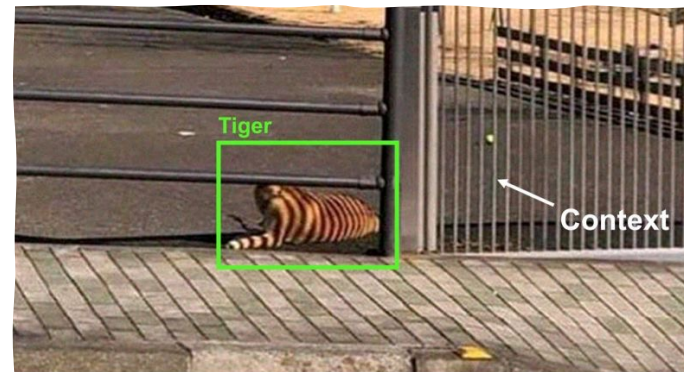
KION Group data lake

Towards an integrated solution



~~Content~~ context is king

Outside-in, news value & benchmark is key!



[Pascal BORNET | LinkedIn](#)



Philipp Dethloff

Senior Professional Corporate Comms and
Media Intelligence

KION GROUP AG

Thea-Rasche-Strasse 8
60549 Frankfurt am Main | Germany

Phone +49 69 201 107 619

Mobile +49 160 44 17 216

philipp.dethloff@kiongroup.com

