

[Newsletter im Browser ansehen](#)



Ausgabe 10 / November 2022



Guten Tag, << Test Vorname >> << Test Nachname >>

Der November ist gefüllt mit interessanten Veranstaltungen rund um die Digitalisierung von Kommunikation, auf die wir mit diesem Newsletter aufmerksam machen. Schön ist, dass mehr und mehr Events nicht nur virtuell stattfinden, sondern wieder Möglichkeiten zum persönlichen Austausch gegeben werden. Als AG CommTech starten wir mit einem ersten Regionaltreffen am 30. November in Hamburg. Schon vorher, am 10. November findet die erste virtuelle Mitgliederversammlung der AG statt, in der es um die künftige Aufstellung der Arbeitsgemeinschaft geht. Inzwischen sind mehr 350 PR-Praktiker:innen dabei und wir wollen in vielfältigeren Projekten schneller zu Handreichungen kommen, die den Mitgliedern auf ihrem Digitalisierungspfad helfen. Antonia Eidner berichtet über den Weg von Sennheiser und seinem holokratischen Organisationsmodell im Newsroom, das man als wegweisend ansehen kann; Christian Garrels, Gründer von xComms und Kommunikationschef der Haufe Group spricht im Interview mit Christoph Hardt über künftige

Anforderungen an Skills von Kommunikator:innen. Darüber hinaus haben wir wieder Lesetipps für Euch und stellen Euch Martin Fuchs als einen unserer letzten Neuzugänge in der AG CommTech vor. Viel Spaß und Erkenntnisgewinne bei der Lektüre dieses Newsletters. Teilt ihn gerne in Eurem Netzwerk und ladet Interessierte ein, ebenfalls in der AG CommTech mitzuwirken. [Hier](#) geht es zur Registrierung.

der Leitungskreis der AG CommTech

Thomas Mickleit, Klaus Treichel, Jörg Forthmann, Oliver Loenker, Antonia Eidner, Christina Rettig, Andreas Rossbach, Annette Siragusano, Christof Schmid, Richard Tigges, Jacqueline Casini, Christoph Hardt, Tanja Irion und Kai Nungesser

COMMTECH BLOG



Der Sennheiser-Newsroom: Circles, Squads und jede Menge Daten

Von Antonia Eidner & Daniel Schiffer, Sennheiser

„Der passt nicht zu uns. Der klassische Newsroom passt nicht zu Sennheiser!“

Nachdem wir diesen Satz das erste Mal laut ausgesprochen hatten, waren wir etwas erleichtert, denn wir wussten immerhin, was wir nicht wollten. Die Idee, einen Newsroom bei Sennheiser einzuführen entstand schon Ende 2019. Der Grundgedanke war – wie wahrscheinlich bei den meisten Newsrooms – Synergien im gesamten Unternehmen zu erkennen und

besser zu nutzen. Anfang 2020, waren wir startklar. Eigentlich. Denn Corona und hat uns erst einmal ausgebremst. Etwa ein Jahr später haben wir die Idee dann mit einem dedizierten Team wieder aufgegriffen. Damals dachten wir:

„Nur noch ein paar Feinheiten, dann können wir im Sommer loslegen!“

Und dann kam im Mai die Ankündigung, dass Sennheiser Consumer-Geschäft an Sonova verkauft wird. Es wurde schnell deutlich, was das für unser Newsroom-Konzept bedeutet. Denn Sonova würde weiter unter der Marke Sennheiser kommunizieren. Uns war klar, dass wir vor diesem Hintergrund mit unserem bisherigen Konzept nicht weiterkommen. Dann haben wir einmal durchgeatmet und gesagt: Na gut, dann eben anders! Es folgte eine sechsmonatige Phase, in der wir das Konzept angepasst haben, gemeinsam mit den Kolleg:innen, mit denen wir später im Newsroom arbeiten würden.

Zum ersten März 2022 hat Sonova das Consumer-Geschäft von Sennheiser übernommen und am 15. März haben wir mit rund 60 Kolleg:innen weltweit unseren neuen Newsroom gelauncht.

Und was macht ihn nun anders? Unser Newsroom basiert auf drei wesentlichen Säulen: Holokratie, Kollaboration und Datenfokus.

[WEITERLESEN](#)

GEFRAGT



Interview mit Christian Garrels: Rollen & Skills für die digitale Transformation

Datenbasierte Kommunikation ist entscheidend von den Fähigkeiten der Menschen abhängig, die mit digitalen Daten und Tools in der Kommunikation umgehen. Das Buchprojekt „Erfolgsfaktor Commtch: Die digitale Transformation der Kommunikation“ widmet sich in einem Abschnitt der Frage, welche Rollen und Fähigkeiten für diese digitale Transformation gebraucht werden – und wie das die Wirklichkeit von Kommunikationsabteilungen verändern wird oder schon verändert hat. Wir haben dazu einen Fragebogen an zahlreiche Kommunikationsverantwortliche verschickt und spannende Antworten bekommen. Im heutigen Newsletter dokumentieren wir dazu ein Interview, das wir mit Christian Garrels, Kommunikationschef der Haufe-Group in Freiburg, geführt haben. Christian hat langjährige Erfahrung in Transformationsprozessen, unter anderem auch beim ADAC in München.

Christoph Hardt: Christian, welches sind die wesentlichen Trends und Veränderungskräfte, die auf Kommunikation wirken?

Christian Garrels: *Als erstes die Folgewirkungen der Digitalisierung – digitale Kanäle bekommen ganz neue Relevanz, soziale Netzwerke verändern das Miteinander, die Intensität von Dialogen. Und natürlich das Stichwort Geschwindigkeit, oft in Echtzeit mittlerweile. Unternehmen müssen entscheiden, ob sie das wollen oder nicht, auch nach innen. Dann aber ist klar, dass Kommunikation diese Veränderung entscheidend mitbestimmt, sie wird werthaltiger Treiber von Transformation im Unternehmen selbst. Damit verändert Kommunikation auch die Kultur im Unternehmen. Am Ende kann Kommunikation im digitalen Zeitalter ein strategischer Faktor im Unternehmen*

sein und einen wichtigen Beitrag zum Unternehmenserfolg leisten.

[WEITERLESEN](#)

AUFGELESEN



Kienbaum & ada: Leadership in the Age of Technologically Assisted Decision- Making

Wer trägt eigentlich die Verantwortung, wenn KI die Entscheidung trifft? Diese und weitere Fragen beantworten Kienbaum und ada in ihrer Studie zu Leadership und Künstlicher Intelligenz. Hierzu befragten sie sowohl Führungskräfte als auch Fachkräfte, die sich mit technologisch-unterstützter Entscheidungsfindung auseinandersetzen müssen – insgesamt mehr als 500 Personen.

Ein zentrales Ergebnis: 53% der Befragten finden KI zwar strategisch relevant, dennoch geben nur 17% der Führungskräfte und 4% der Fachkräfte an, dass das Potenzial in ihren Unternehmen ausgeschöpft wird. Die Integration von KI ist bisher demnach nicht sehr erfolgreich. Gründe hierfür sind unter anderem Angst vor Kontrollverlust sowie die Wahrnehmung eingeschränkter Autonomie. Zudem zeigt sich, dass Entscheidungen zwar teilweise technologisch unterstützt sind, beispielsweise bei gegenwartsorientierten Analysen (56%) oder Entscheidungsvorschlägen (66%), der Mensch in der Regel aber die finale Entscheidung trifft. Humane Intelligenz bleibt essenziell und eine Symbiose mit KI ist die Zukunft. Dafür braucht es jedoch das entsprechende Fachpersonal, über das aktuell nur 41% der Unternehmen verfügen. Klingt spannend? Dann lohnt sich ein Blick in die vollständige [Studie](#). Sie steht kostenlos zur Verfügung.



Cision: State of the Media Report 2022

Im Rahmen des 13. State of the Media Report befragte Cision mehr als 3.800 Journalist:innen aus über 2.000 Redaktionen weltweit. Hierbei stammen 600 der Befragten aus Deutschland. Die Studie liefert wertvolle Informationen über die aktuellen Herausforderungen, Wünsche sowie Bedürfnisse von Journalist:innen und die Auswirkungen eben dieser auf die Zusammenarbeit mit PR-Profis.

So zeigt sich für Deutschland, dass die sozialen Medien für Journalist:innen immer relevanter sind. Sie werden vor allem für die Interaktion mit der Zielgruppe, die Veröffentlichung von Inhalten und die Beobachtung von Ereignissen genutzt. Besonders beliebt sind hierfür Facebook, gefolgt von LinkedIn und Instagram. Weiterhin spannend: 38% der Befragten wünschen sich beispielsweise für Pressemitteilungen über Produkteinführungen neben den Themenvorschlägen in Textform ebenfalls Daten von PR-Profis, die Trends darstellen oder Probleme aufzeigen, die das Produkt für den Lesenden lösen kann. Zudem erwarten 65,7% der Journalist:innen die Bereitstellung von Daten und Expertenstellen, wenn diese benötigt werden. Wer mehr erfahren möchte, kann die [Studie](#) kostenlos downloaden.

MENSCHEN



Neu in der AG CommTech: **Martin Fuchs**

Leiter Zentralbereich
Unternehmenskommunikation

BBT-Gruppe

Kommunikationsmensch für Gesundheit & Soziales, Strategie für Digitales und Segler im Analogen - Mit mehr als 20-jähriger Expertise als Kommunikationsmanager für verschiedene katholische Organisationen und Unternehmen gestalte ich heute die Unternehmenskommunikation und das strategische Marketing eines der größten caritativen Träger von Krankenhäusern und Sozialeinrichtungen in Deutschland.

Welche Herausforderungen siehst du beim Thema Digitalisierung allgemein und spezifisch für Kommunikationsverantwortliche?

Wenn wir ehrlich sind: kein Unternehmen, keine Organisation braucht noch eine Pressesprecher:in oder die klassischen Säulen von interner und externer Kommunikation. Wir wollen es nur noch nicht wahrhaben. Die Herausforderung ist, wie wir diese Transformation gestalten. Und das meint die technischen Rahmenbedingungen genauso, wie die Konsequenzen für Funktionen und Rollen in der Unternehmenskommunikation.

Warum findest du es relevant, das Thema CommTech weiter voranzutreiben?

Weil es nicht nur um technische, sondern auch ethische Fragestellungen geht: Wenn Kommunikation durch Daten messbarer und damit in ihrem Beitrag zu Wertschöpfungsprozessen „bewertbarer“ wird: wie stellen wir sicher, Kommunikation nicht nur in und für „Blasen“ zu gestalten, sondern auch Minderheits-Themen aufzunehmen, um unserer gesellschaftlichen Verantwortung in der Unternehmenskommunikation Rechnung zu tragen?

Welche Digitalisierungsmaßnahmen wurden in deinem Unternehmen kürzlich umgesetzt oder sind in Planung?

Als einer der größten Träger von Krankenhäusern und Sozialeinrichtungen ist für uns natürlich die vom Gesetzgeber im Krankenhauszukunftsgesetz (KHZG) geforderte „Digitalisierung des Gesundheitswesens“ ein bestimmendes Thema; aber eben auch, weil es nicht reicht, die bestehenden Prozesse zu digitalisieren, sondern die Prozesse neu gedacht werden müssen. Und dann wird es so richtig spannend ;-)

LIVE

 Live Webinar

03.11.2022 | 11 Uhr

Employee Generated Content

Der Wandel vom Risiko zur Chance
in der internen Kommunikation



Jonas Rey

 Hailo



Michael Müller

cofenster.

Vom Risiko zur Chance in der IK - Employee Generated Content

Am 3. November um 11 Uhr lösen Jonas Rey von Hailo und Michael Müller von cofenster so einige Fragezeichen rund um das Thema:

"Welche Chancen bietet Employee generated Content in der internen Kommunikation?"

Wie Employee Generated Content Mitarbeitende motiviert, ans Unternehmen bindet und wie man dies mit Videoformaten unterstützen kann, erfährst du nächste Woche Donnerstag!

[HIER ANMELDEN](#)

news room day



Einladung zum Corporate Newsroom Day am 21.11.2022 in Hannover

Am **21. November 2022** findet der Corporate Newsroom Day in Hannover statt. Gemeinsam mit Newsroom-Pionier Prof. Dr. Christoph Moss lädt Swiss Life Deutschland zum interaktiven Erfahrungsaustausch rund um die Themen Newsroom und integriertes Kampagnenmanagement ein. Swiss Life organisiert bereits seit 2017 das Marketing und die Unternehmenskommunikation integriert in einem Newsroom-Prozess und orchestriert damit mehr als 60 Kanäle für sechs Marken.

Mit Vorträgen, Workshops und einer Podiumsdiskussion gibt es jetzt die Möglichkeit für Lessons Learned und einen Praxiseinblick. Auch zum Thema CommTech wird es einen Part mit Thomas Mickeleit geben.

Praxiseinblicke gewähren uns darüber hinaus:

- Nais Graswald, Michael Manske, Niko Thorke (Volkswagen „The Bridge“)
- Christoph Hardt (Newsroom-Pionier bei Siemens, GDV und Erzbistum Köln)
- Thomas Reisener (Leiter Amt für Kommunikation der Stadt Münster)
- Sandra Bulling (Teamleiterin Programmkommunikation bei UNICEF Deutschland)
- Thomas Mickeleit (Experte für digitale Transformation, KommunikationNeuDenken)

- Maren Lübbecke, Nikola Gardeweg, Frank Brückner und Thorsten Wittmeier (Newsroom Swiss Life Deutschland)

Außerdem wollen wir in interaktiven Workshops einige wichtige Fragen klären:

- Wie baust du einen Newsroom auf?
- Wie fährst du deinen Newsroom gegen die Wand?
- Wie funktioniert Krisenkommunikation über den Newsroom?
- Wie unterstützt CommTech das Newsroom-Management?

Als kleines Dankeschön bekommen alle Teilnehmenden das Buch „30 Minuten Corporate Newsroom“. Die **Teilnahmegebühr beträgt 177,31 Euro inkl. Mittagessen und Verpflegung.**

Haben wir Euer Interesse geweckt? Unter folgendem Link findet ihr alle Informationen zum Programm und könnt Euch direkt anmelden.

[**HIER ANMELDEN**](#)



Daten-Wellness - mit Daten und CommTech zur souveränen Kommunikation

Wie können Daten dazu beitragen, souveräner zu kommunizieren und weniger alarmistisch zu agieren? Wie schafft man es, insgesamt wirksamer, effizienter und vor allem datengestützt zu kommunizieren? Darum geht es auf dem 54. Excellence Fachtags am **23. und 24. November** bei Henkel in Düsseldorf - für den AG CommTech Mitglieder einen Rabatt erhalten.

Circa 40 Gäste sorgen für zwei spannende Konferenztage mit hochkarätigen Fachvorträgen, ungeschminkten Praxiserfahrungen, vertraulichen Benchmarks sowie spannenden Workshops. Bei der Excellence-Abendveranstaltung besteht zudem die Möglichkeit zum persönlichen Netzwerken.

Durch das Programm führen:

- Michael Heine (Gründer Excellence Forum, Managing Consultant .companion, Strategieberatung),
- Thomas Mickleit (Gründer der AG CommTech, ehem. Microsoft-CCO),
- Frank Sielaff (Gründer Entrusted Online-Kommunikationsberatung, ehem. Head of Digital Media bei Merck).

[HIER ANMELDEN](#)



Regional Treffen Hamburg

Mittwoch, 30. November, 17.00 Uhr bis 19.00 Uhr
Gastgeber ist Stefanie von Carlsburg bei der Hamburger Sparkasse

Anmeldung: Thomas.Mickleit@imwf.de



Einladung zum Regional Treffen am 30. November 2022 in Hamburg

Die AG CommTech versteht sich als Austausch-Plattform unter digital-affinen PR-Praktiker:innen. Bislang haben wir uns auf virtuelle

Begegnungen in den Arbeitsgruppen beschränkt. Jetzt wollen wir auch die Möglichkeit schaffen, uns in Person zu treffen und laden Euch herzlich zum ersten Regional Treffen in Hamburg ein.

[HIER ANMELDEN](#)

Copyright © 2023 IMWF Institut für Management- und Wirtschaftsforschung GmbH, All rights reserved.
Sie erhalten diese Email, da Sie sich auf unserer Website für den CommTech Newsletter angemeldet haben.

Kontakt:

IMWF Institut für Management- und Wirtschaftsforschung GmbH
Zeughausmarkt 35
Hamburg 20459
Germany

[Nehmen Sie uns in Ihr Adressbuch auf](#)

[Newsletter abonnieren](#)

[Vom Newsletter abmelden](#)

[LinkedIn-Gruppe AG CommTech](#)

Grow your business with  mailchimp