

[Newsletter im Browser ansehen](#)



Ausgabe 11 / Dezember 2022



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

Im November 2022 fand die erste virtuelle Mitgliederversammlung der AG CommTech statt. Jetzt werden die Karten neu gemischt, denn die bisherigen acht Arbeitsgruppen haben ihre Mission erfüllt. Die ersten acht großen Projekte sind abgearbeitet, und viele spannende Arbeitsergebnisse liegen vor – nicht zuletzt in Form eines Buches, das im nächsten Jahr erscheint.

In einem [neuen Set-Up](#) sortieren wir uns anstelle der Arbeitsgruppen in fünf Themen-Clustern und Initiativen, die einerseits schneller zu Arbeitsergebnissen kommen und andererseits den inzwischen 370 Mitgliedern mehr Mitwirkungsmöglichkeiten geben. [Hier](#) können Mitglieder der AG CommTech ihr Interesse an der aktiven Mitwirkung in einer der ersten Initiativen anmelden. Nutzt die neuen Möglichkeiten, Euch einzubringen!

Neu ist auch: die AG CommTech wird künftig einen eigenständigen

Auftritt erhalten und z.B. eine eigene Website-Domain beziehen. Dem IMWF sind wir dankbar für die geleistete Starthilfe, ohne die es die AG CommTech nicht gäbe. Wir freuen uns sehr, dass uns das IMWF auch weiterhin als wesentlicher Förderer erhalten bleibt und wir offen sind für die Partnerschaft mit anderen Unternehmen, die die Ziele der AG CommTech unterstützen.

In diesem Newsletter geht es um Data-Wellness, wie datengetriebene interne Kommunikation bei Vodafone funktioniert, die erste Ausgabe des neuen Podcasts KI sowie Lesetipps für die Weihnachtstage.

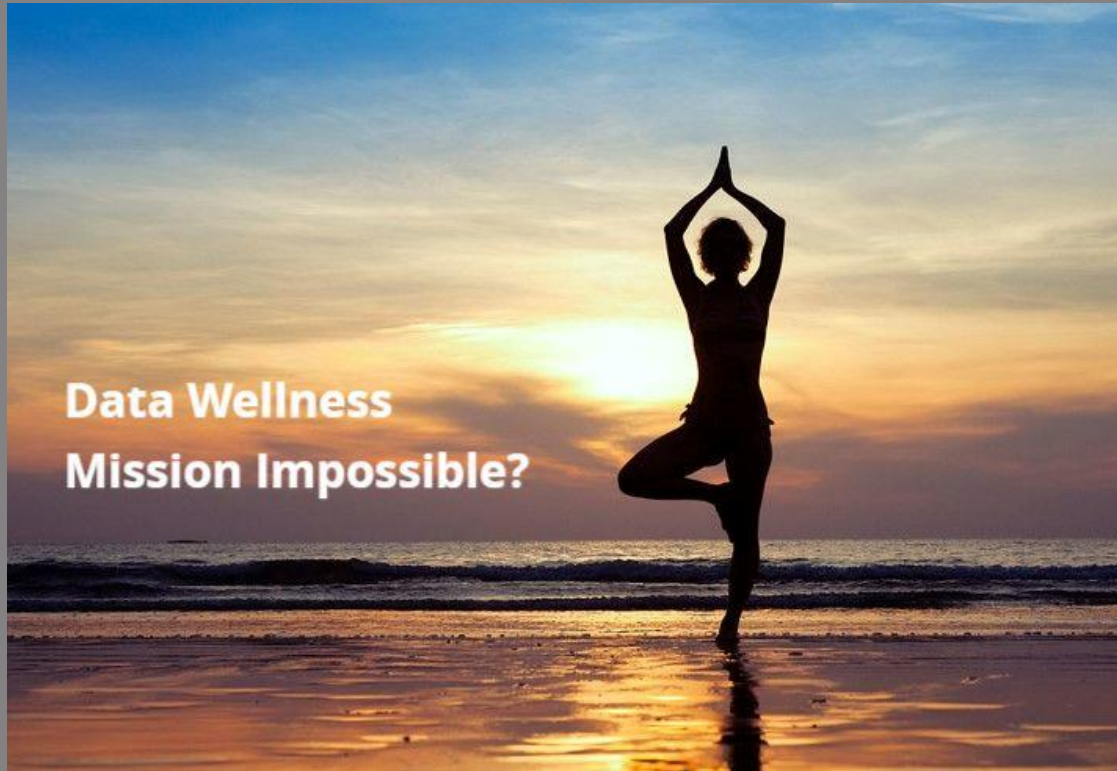
Wir verabschieden uns bis zum nächsten Newsletter, der am 4. Januar erscheint und wünschen eine schöne Adventszeit mit viel Data-Wellness, ein gesegnetes Weihnachtsfest und alles Gute für das neue Jahr mit einem Digitalisierungs-Turbo für Eure Kommunikation.

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**

---



**Data Wellness  
Mission Impossible?**

## **Data-Wellness - Entspannung durch Daten?**

*Thomas Mickleit*

Das Excellence Forum #54, das Ende November bei Henkel in Düsseldorf stattfand und das als der ‚Elite-Zirkel‘ unter CommTech-Enthusiasten gilt, hatte sich die Überschrift ‚Data-Wellness‘ gegeben. Ein Titel, der zunächst Fragezeichen auslöst. Erzeugen Daten nicht eher Stress, weil sie vielleicht schnelle Reaktionen verlangen oder gnadenlos Schwächen offenlegen? In einem Panel mit Kommunikationsexperten von Henkel, Siemens und Trumpf wurde die Frage eingehend diskutiert, mit einem optimistischen Fazit.

[\*\*WEITERLESEN\*\*](#)

**GEFRAGT**



## Interview mit Johanna Bohlmann: Es wär so nice mit KPIs

Johanna Bohlmann verantwortet als Senior Communications Manager das (kennzahlengestützte) Wirkungscontrolling der Internen und Führungskräfte-Kommunikation bei Vodafone Deutschland. Die Kommunikationsberatung von Geschäftsführung und Fachbereichen sowie die Entwicklung neuer Formate wird so zunehmend datenbasiert gesteuert. Johanna studierte Publizistik, Amerikanistik und Jura in Mainz und arbeitet zusätzlich als Systemischer Coach bei Vodafone. Vor ihrem Wechsel zu Vodafone kommunizierte sie 9 Jahre in verschiedenen Positionen für den Energieversorger EnBW AG, wesentlich zu den Themen Transformation und Veränderung („Energiewende“).

**Thomas Mickleit: Es wär so nice mit KPIs. So hast du deinen Vortrag auf dem Kommunikations-Kongress überschrieben. Das möchte ich gerne nochmal aufgreifen und danke, dass wir über dieses wichtige Thema sprechen können. Nur 28,6 % der internen Kommunikations-Funktionen steuern ihre Arbeit über KPIs ([Trendmonitor IK 2022](#)). Das möchte man eigentlich nicht wirklich glauben. Was war denn euer Trigger bei Vodafone, die interne Kommunikation künftig datengetriebener aufzustellen und eben auch zu messen?**

**Johanna Bohlmann:** *Bei uns war es eher ein strategischer, kein technischer Angang an das Thema. Vodafone Deutschland steckt mitten in der Transformation zur TechComms-Company. Das Kommunikationsbedürfnis innerhalb der Organisation ist gestiegen. Wir wollten unsere Ressourcen im Team besser nutzen, mehr bewirken. Welche Dinge können weg? Wovon*

---

*brauchen wir mehr? Die Wirkungsdaten haben uns geholfen, gemeinsam Entscheidungen zu treffen. Und wir merken, dass andere Fachbereiche uns besser verstehen, seit wir datenbasiert argumentieren können.*

[WEITERLESEN](#)

MASCHINENRAUM

## Teilnehmende für Studie gesucht

**Was sind die großen, entscheidenden Veränderungen, die auf Kommunikationsverantwortliche zukommen?**

Die Unternehmenskommunikation steht vor großen Veränderungen. Manch einer erwartet disruptive Entwicklungen. Prof. Dr. Lothar Rolke und das IMWF Institut für Management- und Wirtschaftsforschung wollen herausfinden, was die wirklich großen Veränderungen sind, die auf uns zukommen. Wo der größte Veränderungsdruck entsteht. Und wie Kommunikatorinnen und Kommunikatoren darauf reagieren. Dazu brauchen wir Deine Expertise bei der Beantwortung einiger weniger Fragen.

Als Dankeschön

- nimmst Du an der Verlosung eines iPhone 14 teil und
- erhältst Du Einblick in diese Analyse, was die Top-Herausforderungen der zukünftigen Arbeit in der Kommunikation sein werden.

[TEILNEHMEN](#)

## Teilnehmende für Studie gesucht

### Welche Kompetenzen sollten zukünftige Schulungs- und Fortbildungsangebote in der Kommunikation fördern?

Diese Frage stellten wir uns in der „AG 7 Rollen und Skills“ und würden uns freuen, wenn Ihr möglichst zahlreich an unserer kleinen Umfrage dazu teilnehmen könntet. Durch die rasante Entwicklung im Bereich der Digitalisierung müssen auch die Kompetenzen in der Kommunikation immer wieder auf den neuesten Stand gebracht werden und daher ist es von entscheidender Bedeutung wie passgenau die entsprechenden Schulungs- und Fortbildungsangebote auf die modernen Anforderungen zugeschnitten sind.

Also bitte nehmt Euch fünf Minuten Zeit und geht einmal die Umfrage durch.

[TEILNEHMEN](#)

---

## KI&COMM: Folge #1 Interview mit Prof. Volker Banholzer

KI&COMM – der Podcast über Künstliche Intelligenz (KI) im Kontext von Kommunikation und Ethik – ein gemeinsames Projekt der AG CommTech und des IMWF. „Der entscheidende Aspekt ist, dass Technologien wie KI ein anderes Denken erfordern oder andere Konzepte mit sich bringen und damit gegebenenfalls auch Geschäftsmodelle beeinflusst werden. Durch KI müssen Kommunikationsverantwortliche neue Strategien entwickeln. KI-Lösungen sind ein Hilfsmittel, das bewusst und zielgerichtet eingesetzt werden muss. Das erfordert neue Denkweisen ebenso wie eine bewusste Entscheidung, was man Algorithmen überlässt und wo Managemententscheidungen gefragt sind“, sagt Volker

---

Banholzer, Professor und Studiengangsleiter für Technikjournalismus und -PR an der Hochschule Nürnberg.

Jetzt anhören! Den Podcast gibt es unter anderem hier:

- [Spotify](#)
- [Deezer](#)
- [RSS Feed](#)

---

## Erstes Regionaltreffen der AG CommTech in Hamburg



Die AG CommTech wurde mitten in der Pandemie gegründet und die Arbeitsgruppen haben sich mit Teams-, Zoom- und Hang-Out-Meetings bestens arrangiert. In Hamburg wurde auf Einladung von Stefanie von

---

Carlsburg, Kommunikations-Chefin der Hamburger Sparkasse, Ende November erstmalig ein Regional-Treffen durchgeführt. Immerhin 15 Mitglieder trafen sich, zum Netzwerken und um mehr über die Arbeit im Newsrooms der Haspa zu erfahren, der dort schlicht „Redaktion“ heißt und gemeinsam mit dem Marketing betrieben wird. Der Erfolg des ersten Treffens lädt zur Wiederholung, vielleicht auch an anderen Standorten ein, sofern sich jemand findet, der die Initiative ergreift. In Hamburg soll das nächste Regionaltreffen im März stattfinden.

## AUFGELESEN



### Woerner, Weill & Sebastian: Future ready - The four pathways to capturing digital value

Die MIT-Forscher\*innen Stephanie Woerner, Peter Weill und Ina Sebastian haben in ihrer jahrelangen Arbeit mit Führungskräften auf der ganzen Welt festgestellt, dass diese zwar wussten, dass sie ihr Unternehmen umgestalten müssen, ihnen aber ein kohärenter Rahmen und eine gemeinsame Sprache fehlen. Dies führt dazu, dass viele Unternehmen sich auf die digitale Transformationsreise begeben, ohne zu wissen, was sie genau wollen und wie sie digitale Werte schaffen und erfassen können. Die Folge: Verschwendung von Ressourcen, Erhöhung von Aufwand und Komplexität sowie Verursachung von Störungen. Genau dies soll das Buch „Future ready – The four pathways to capturing digital value“ vermeiden. Es liefert ein leistungsfähiges und praxiserprobtes Rahmenwerk, um in der digitalen Wirtschaft zu den Top-Performern zu gehören.

Aktuell sind lediglich 22% der untersuchten Unternehmen weltweit ‚future ready‘ und zählen zu den Top-Performern. Der größte Teil (51%) lässt sich der Rubrik ‚Silos and Spaghetti‘ zuordnen, weitere 20%



,Integrated Experience' und 7% entfallen auf ,Industrialized'. Für alle, die ,future ready' werden wollen, lohnt sich ein genauerer Blick ins [Buch](#). Beispiele, Analysen, Grafiken und Bewertungen liefern dabei hilfreiche Tipps und Informationen.

---



## NORA: The Nordic Communications Report 2022

In Zusammenarbeit der Nordic Alliance for Communication and Management (NORA), nationalen Kommunikationsverbänden in Dänemark, Schweden, Finnland und Norwegen sowie der European Communication Monitor Serie ist der zweite Nordic Communication Report erschienen. Er beleuchtet aktuelle und zukünftige Trends der Kommunikation in der nordischen Region und wirft einen Blick in die Zukunft, indem strategische Fragen und Arbeitsweisen der Branche in den kommenden Jahren betrachtet werden. Zudem gibt der Report unter anderem Einblicke in die Auswirkung der Debatten über Vielfalt, Gleichberechtigung sowie Inklusion auf den Berufstand und thematisiert den Aspekt ,empathische Führung'. Ebenfalls Bestandteil ist ein Blick auf CommTech und die digitale Transformation der Kommunikation.

So zeigt sich beispielsweise, dass nordische Länder hinter ihren europäischen Konkurrenten liegen, wenn es um den aktuellen Stand der Digitalisierung geht. Während in Europa bereits 6,2% der Abteilungen ihre Kernaktivitäten digitalisiert haben und einen fortgeschrittenen Einsatz von CommTech vorweisen, sind es in den nordischen Ländern erst 2,7%. Ebenfalls interessant: Im Gegensatz zu europäischen Kommunikator\*innen sehen sie die Auswirkungen von CommTech etwas stärker auf organisatorischer statt auf persönlicher Ebene. Klingt spannend? Der vollständige [Report](#) steht kostenlos zur Verfügung.

---

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

