

[Newsletter im Browser ansehen](#)



Ausgabe 12 / Januar 2023



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

Happy New Year! Wie man gerade erst in Holger Schmidts [Digitalisierungsindex](#) nachlesen musste, war 2022 auch in Sachen Digitalisierungsfortschritt ein Jahr der Stagnation. Allerdings hat sich die Digitalisierungs-Affinität deutlich verbessert, was man mit einem optimistischen Blick auf 2023 als gutes Vorzeichen verstehen kann. Ein Erfolgsfaktor für Digitalisierungsprojekte ist schließlich das Commitment des Managements und wer nicht überzeugt ist, steht auch nicht dahinter. Was die Kommunikation angeht, dürfte 2022 einen großen Schub gegeben haben. Immer deutlicher wird der Einfluss, den Technologien auf unsere Arbeit haben. Zuletzt Ende November mit der Vorstellung von [ChatGPT](#), einem KI basierten Chatbot, der alle elektrisiert, die damit in Berührung kommen. Wer sich damit noch nicht befasst hat, findet eine gute Einordnung mit Möglichkeiten und Grenzen in diesem [Beitrag](#) aus dem MIT Technology Review. Einen übergreifenden Blick auf die Bedeutung von Digitalisierung und CommTech erlaubt das Fachbuch "Erfolgsfaktor

CommTech", das auf der Arbeit der AG im letzten Jahr beruht. Am Tag vor Weihnachten konnte das letzte Manuskript eingereicht werden. Das Buch erscheint im Frühjahr beim Springer-Gabler-Verlag und [Vorbestellungen](#) sind bereits möglich.

Nach Abschluss des Buchprojekts organisiert sich die AG CommTech in Initiativen, die sich ab sofort bilden. Wer sich aktiv einbringen möchte, findet [hier](#) einen Überblick und kann sich für eine oder mehrere Initiativen anmelden.

Dieser Newsletter ist - bedingt durch die Weihnachtsfeiertage - etwas schlanker, aber nicht minder gehaltvoll. Jörg Forthmann schreibt über die Frage, was ist eigentlich Reputation, einem Thema, das wir uns unter verschiedenen Gesichtspunkten, vor allem der Nutzung von unterstützenden Technologien, befassen. Aufmerksamkeit möchten wir der Bitte von Wibke Kroll verschaffen, die PR-Praktiker*innen bittet sie am 24. Januar bei ihrer Masterarbeit "Datenbasierte Stakeholder Journeys" an der Uni Leipzig zu unterstützen.

Wir wünschen Euch viel Spaß bei der Lektüre dieses Newsletters und einen guten Start in ein erfolgreiches Jahr 2023!

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 Wunsch



Was ist eigentlich Reputation? Und wie misst man sie?

Von Jörg Forthmann

Für 99 Prozent der Kommunikationsverantwortlichen ist die Reputation sehr wichtig oder wichtig. Also für nahezu jeden. Das hat eine Umfrage der AG CommTech aus dem Oktober 2022 ergeben. Wow! Bei einem derart eindeutigen Votum sollte man erwarten, dass in ganz vielen Unternehmen die Reputation gemessen und gesteuert wird – es also ein Reputationsmanagement gibt. Weit gefehlt! Nur 19 Prozent der Befragten verfügen über eine Reputationsmessung. Wobei – es kommt noch schlimmer – nur jeder Vierte aus dieser Gruppe täglich oder wöchentlich die aktuellen Reputationswerte bekommt und damit tatsächlich in der Lage ist, die eigene Arbeit daran auszurichten.

[WEITERLESEN](#)

MASCHINENRAUM

Einladung zur Fokusgruppe: Datenbasierte

Stakeholder-Journeys für die Kommunikation

Im Rahmen einer Studie am Lehrstuhl für Strategische Kommunikation der Universität Leipzig (Prof. Dr. Ansgar Zerfaß; Praxispartner Thomas Mickeleit) suche ich nach Teilnehmer*innen für eine virtuellen Fokusgruppe. Dabei soll untersucht werden, wie eine **datenbasierte Stakeholder-Journey** aufgebaut sein muss, um Akteure einer Stakeholdergruppe noch besser und gezielt ansprechen zu können.

Es würde mich deshalb sehr freuen, mit Kommunikationsverantwortlichen und Expert*innen im Bereich Data Analytics meinen entwickelten Bezugsrahmen einer Stakeholder-Journey am Beispiel eines Akteurs zu diskutieren. Diese plane ich an einem für alle Beteiligten passenden Termin zwischen dem **24. Januar und 10. Februar 2023** online durchzuführen.

Ich bin auf der Suche nach Kommunikationsexperten der Internen oder Externen Kommunikation sowie Kommunikationsverantwortliche mit der Expertise im Bereich Data Analytics. Interessierte Mitglieder können sich gerne bei mir per E-Mail (wibke.kroll@uni-leipzig.de) oder LinkedIn melden.

Um vorab Einblicke zu bekommen, sende ich allen Beteiligten den Bezugsrahmen im Vorhinein zu. Selbstverständlich erhalten Sie auch die finalen Ergebnisse nach Abschluss der Studie – diese wird im Rahmen meiner Masterarbeit durchgeführt. Alle Aussagen innerhalb der Fokusgruppen werden anonymisiert und unter Einhaltung der Datenschutzrichtlinien ausgewertet.

KI&COMM: Folge #2 Interview mit Dr. Vanessa Just

Künstliche Intelligenz ist in Unternehmen längst angekommen, auch in der Kommunikation werden KI-Lösungen bereits eingesetzt. Der Gebrauch solcher Tools hat Vorteile. Zum Beispiel können durch Automatisierung bestimmte Aufgaben schneller erledigt und Kosten gespart werden,

wodurch mehr Zeit für strategische und kreative Aufgaben bleibt. Neben gesellschaftlichen, organisationalen und technologischen Herausforderungen besteht die zentrale ethische Herausforderung darin, Maschinen so zu gestalten, dass sie mit unseren Gesellschafts- und Wertvorstellungen vereinbar sind.

Im Podcast „KI in KOM“ sprechen wir mit spannenden Gästen aus Wissenschaft, Gesellschaft und Wirtschaft mit über Künstliche Intelligenz in der Unternehmenskommunikation. Künstliche Intelligenz- Was ist das eigentlich und wozu braucht man das in der Unternehmenskommunikation? In Episode 2 haben wir mit Frau Dr. Vanessa Just, Gründerin und CEO der juS.TECH AG sowie Mitglied im Vorstand des KI-Bundesverband darüber gesprochen.

[ZUM PODCAST](#)

AUFGELESEN



USC: The Relevance Report 2023

„When a story is relevant, people listen. When content is relevant, people share. When an issue is relevant, people act. When a brand's relevant, people buy.“

– Fred Cook

Der jährlich erscheinende Relevance Report des USC Center for Public Relations identifiziert aufkommende Fragen und prognostiziert Themen sowie Trends, die sich im kommenden Jahr auf Gesellschaft, Wirtschaft und Kommunikation auswirken werden. Dabei fokussieren sich die diesjährigen Inhalte auf sechs Kernthemen: Die Branche, psychische Gesundheit,

Arbeitsplatz, Gemeinschaft, One Planet und Kommunikation. Diese werden von führenden Vertreter*innen der PR-Branche sowie von Wissenschaftler*innen und Studierenden der USC beleuchtet.

Im Relevance Report werden zudem auch verschiedene Lösungen für Probleme vorgeschlagen, mit denen Kommunikator*innen und ihre Unternehmen im kommenden Jahr konfrontiert werden könnten. Wer sich genauer informieren möchte, kann das Buch [kostenlos downloaden](#).



Deutsche Telekom AG: Next Communication

Die Deutsche Telekom hat eine interdisziplinäre Studie zum Thema Kommunikation durchgeführt, die wichtige Trends aus Gesellschaft, Medien und Technologie beleuchtet: Welche Trends formen die Kommunikation von morgen? Welche Prinzipien werden zu Erfolgsfaktoren? Und welche Formen der Zusammenarbeit im Unternehmen schaffen ein wirkungsvolles Umfeld? Diese und weitere Fragen werden auf der Basis von Daten einer Befragung von 250 Expert*innen aus PR, Marketing und Markenmanagement in der DACH-Region beantwortet.

So zeigt sich beispielsweise, dass 86% der Befragten davon ausgehen, dass Kommunikation neue Grundsätze beachten und ihre Arbeitsweise verändern muss, um erfolgreich zu sein. Grund hierfür sind vielfältige Herausforderungen, denen Unternehmen heutzutage gegenüberstehen – beispielsweise dem technologischen Wandel und der fortschreitenden Digitalisierung. Daher widmet sich ein Teil der Studie dem Bereich ‚Technologie‘ und betrachtet hier unter anderem Aspekte wie KI, Datenschutz und Data Analytics genauer. Die [Ergebnisse](#) stehen kostenlos zur Verfügung.

LIVE



Was ist eigentlich Reputation & wie messe ich sie?

60 Prozent der Kommunikatorinnen und Kommunikatoren verfügen über keine Reputationsmessung – hätten sie aber gerne. Da ist also offensichtlich ein ganz großer Bedarf. Denn ohne Reputationsmessung gibt es kein Reputationsmanagement. Oder anders gesagt: Es ist keine professionelle Kommunikationsarbeit möglich. In der Vergangenheit war das Messen von Reputation teuer und zeitaufwändig. Das ist heute anders! Wie es geht zeigen folgende Referent*innen in einem **Webinar am 25. Januar von 10:00 bis 11:00 Uhr:**

- Monica Campestrini, Data Insights & Analytics Managerin bei Henkel
- Thomas Mickleit, Ex-Kommunikationschef von Microsoft Deutschland und Pionier in der Digitalisierung der Kommunikation
- Jörg Forthmann, Geschäftsführer des IMWF

[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**