

[Newsletter im Browser ansehen](#)



Ausgabe 03 / April 2022



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

wie sollte es auch anders sein, in diesem Newsletter dreht sich alles um die Nutzung von **Daten in der Kommunikation** - und die Hindernisse, die es dabei zu überwinden gilt. Gleich das ganze Unternehmen von links auf rechts zu drehen und eine "**Daten-Kultur**" zu schaffen, wagt Merck und wie das geht, erfährt man im Blogbeitrag von Stefanie Babka und Antonia Dieterle. Von Covestro lernen wir im Interview mit Lea Waskowiak über die Bedeutung von **Datenkompetenz** im Unternehmen. Andreas Rossbach berichtet aus dem Maschinenraum der Arbeitsgruppe "**Künstliche Intelligenz**". Wir haben nützliche Lesehinweise für Euch und der April bietet zwei weitere Webinare "Wie PR-Leute Daten zum sprechen bringen" und "Daten aggregieren - aber bitte ohne Copy & Paste".

Viel Spaß beim Lesen wünscht

Euer AG CommTech Leitungskreis

Thomas Mickleit, Jörg Forthmann, Oliver Lönker, Christina Rettig, Antonia Dieterle, Andreas Rossbach, Annette Siragusano, Christof Schmid, Richard Tigges, Tanja Irion und Kai Nungesser

COMMTECH BLOG



Stefanie Babka
Data Culture Lead
Merck Group



Antonia Dieterle
Communication Analyst,
Sennheiser



Data Culture – Wie kann Datenkultur wachsen?

Wo sich Buzzwords zu Trends entwickeln, ist die Einordnung einer Thematik entlang des schwergewichtigen Begriffs „Kultur“ naheliegend. Die Verwendung der „Datenkultur“ im deutschsprachigen Raum verhält sich noch schüchtern und die meist US-amerikanisch verwendete „Data Culture“ breitet sich über die sogenannten „data-driven companies“ und deren Vision aus. In der Praxis ist für viele Unternehmen und Institutionen eine datengesteuerte Kultur schwer fassbar und Daten sind selten die universelle Grundlage für eine Entscheidungsfindung. Laut der [Data and AI Leadership Executive Survey 2022](#) sind für 91.9% der Befragten kulturelle Barrieren in der Organisation das größte Hindernis in der Transformation zur Datenfokussierung.

[WEITERLESEN](#)

GEFRAGT



Interview Lea Waskowiak: Datenkompetenz wird Erfolgsfaktor in der Kommunikation

Lea Waskowiak ist Kommunikationswissenschaftlerin und seit Mai 2021 bei **Covestro** im Bereich Media Relations & Corporate Channels für Data-Analytics zuständig. Außerdem promoviert sie als externe Doktorandin am Lehrstuhl für Kommunikationsmanagement der Universität Leipzig.

Das Interview bezieht sich auf den Beitrag von Lea Waskowiak im Webinar „Warum Kommunikationsstrategien scheitern“, das am 23.2. vom IMWF veranstaltet wurde. Das Webinar kann man sich [hier](#) anschauen.

Die Fragen stellte Thomas Mickleit, Kommunikationsberater für digitale Transformation und Leiter der AG CommTech.

[WEITERLESEN](#)

MASCHINENRAUM

Künstliche Intelligenz: Mehr Chancen als Gefahren für Kommunikator*innen

Künstliche Intelligenz wird in der Unternehmenskommunikation kontrovers

diskutiert und gewinnt immer mehr an Relevanz. Einige Kommunikator*innen sehen die Chancen und setzen bereits gezielt KI-Tools im Arbeitsalltag ein, andere sind eher skeptisch und sehen vor allem Risiken.

Die Chancen fassen Befürworter so zusammen: Mithilfe von KI-Lösungen werden Kommunikationsprozesse effizienter, es lassen sich gewisse Arbeitsabläufe automatisieren, zum Beispiel das Erstellen von Pressemitteilungen und wir werden vor lästigen Arbeiten im Kommunikationsbereich befreit. Besorgte Stimmen gehen dagegen von folgenden Risiken aus: Durch den Einsatz von KI-Tools werden Kommunikatoren*innen überflüssig und verlieren ihren Arbeitsplatz, die Anwendungen könnten zudem unkontrollierbare und undurchschaubare Entscheidungen treffen und zu unethischem Verhalten, etwa der Verbreitung von Deep Fakes führen, welches die Reputation des Unternehmens nachhaltig schädigen und Zielgruppen verunsichern würde.

In der Unterarbeitsgruppe 4 (die noch aktive Mitstreiter*innen sucht) beschäftigen wir uns mit unterschiedlichen Fragen rund um das Thema „KI in der Kommunikation“. Unter anderem damit, was man unter Künstlicher Intelligenz eigentlich versteht und wie KI die Kommunikation schon heute und in der Zukunft verändert. Ferner welche Chancen und Risiken sich durch den Einsatz von KI-Tools in der Kommunikation ergeben und warum KI ethische Standards braucht.

Um Antworten auf diese und andere Fragen zu finden, wollen wir Expert*innen interviewen und daraus einen Podcast produzieren. In der ersten Episode haben wir mit Prof. Volker Banholzer, Leiter Technikjournalismus / Technik-PR an der TH Nürnberg, gesprochen. Weitere Interviews folgen. Außerdem wollen wir eine Befragung mit den Kommunikationsverantwortlichen der IMWF CommTech-Community durchführen, um herauszufinden, ob Erkenntnisse aus älteren Studien zum Thema KI in der Kommunikation noch zutreffen. Aus einer 2020 veröffentlichten [Studie](#) des F.A.Z.-Instituts in Kooperation mit dem IMWF geht hervor, dass obwohl 45 Prozent der befragten Kommunikator*innen in KI ein wichtiges Analysewerkzeug der Zukunft sehen, nur ein Drittel die Möglichkeiten bereits aktiv testet. Laut der [BdP-Studie](#) „Kommunikationsmanagement 2018 – Vermessung eines

Berufsstandes“ waren es damals sogar lediglich rund 10% der befragten Kommunikationsverantwortlichen, die Künstliche Intelligenz im Berufskontext eingesetzt haben. Verschlafen deutsche Kommunikator*innen, gerade im internationalen Vergleich, damit die Zukunft?

Wenn ihr an einer aktiven Mitarbeit in der AG interessiert seid oder Fragen zum Thema habt, meldet euch gerne beim Teamlead Andreas Rossbach, Corporate Communications Manger Europe bei Acronis. Auf LinkedIn oder unter andreas.rossbach@acronis.com.

AUFGELESEN



Future Today Institute: Tech and Science Trends Report

Der Tech and Science Trends Report der Zukunftsforscherin Amy Webb wird jedes Jahr mit Spannung erwartet. Basierend auf wissenschaftlichen Methoden informiert sie über mögliche Szenarien technologischer Entwicklungen und erklärt die gesellschaftlichen Auswirkungen. Der diesjährige Report widmet sich dem Thema ‚Re-Perception‘ – der Fähigkeit, etwas Neues aus bestehenden Informationen herausfiltern zu können. Dabei besteht er aus 13 Einzelberichten, die sich mit unterschiedlichen thematischen Schwerpunkten wie **Artificial Intelligence, Metaverse/Web 3** und **Synthetic Biology** befassen. So zeigt sich beispielsweise, dass KI unsere Wahrnehmung der Realität nachhaltig verändert. Ein weiterer Bericht greift zudem die verwendete Methodik sowie die genutzten Instrumente auf. Ergänzt wird der Report durch **30 visuelle Szenarien**, die anschaulich zeigen, wie unsere Zukunft aussehen könnte. In Kombination mit den zudem

enthaltenen **Empfehlungen** für Vorstände, Führungskräfte, Strategie- und Innovationsteams liefert der Report wertvolle technische und wissenschaftliche Informationen, denen unbedingt Beachtung geschenkt werden sollte. Der vollständige Report ist noch bis zum 20.04.2022 kostenlos abrufbar. Danach stehen ohne Bezahlung nur noch eine Zusammenfassung sowie die Key Findings zur Verfügung.

[🔗 Tech and Science Trends Report 2022](#)



Marie-Christine Schindler: Einblick in die rollenbasierte Organisation eines Newsrooms

Das Konzept des Newsrooms spielt in vielen Unternehmen eine wichtige Rolle, wenn es darum geht, Kommunikation bestmöglich und effizient zu gestalten. Doch wie sollte die Arbeitsweise innerhalb des Newsrooms organisiert werden? Eine mögliche Antwort hierauf gibt Marie-Christine Schindler in ihrem aktuellen Blogbeitrag. Basierend auf ihrem Austausch mit Alice Chalupny von der schweizerischen Mobiliar Versicherungsgesellschaft, beschreibt sie, warum hierarchische Strukturen in Newsrooms an ihre Grenzen kommen und wie der Wandel hin zu einer rollenbasierten Organisation aussehen kann. Die Bildung (neuer) wertstiftender und klar definierter Rollen – beispielsweise in Anlehnung an das Holocracy Modell – ist dabei von entscheidender Bedeutung. Um den Überblick nicht zu verlieren, lohnt sich zudem der Einsatz von Technologie wie dem cloudbasierten Tool Peerdom. Weitere zentrale Themen sind die Einführung eines Themenhauses sowie der Aufbau einer Wirkungskontrolle. Die Entwicklungen bei Mobiliar zeigen, welches Potenzial in Newsrooms auch zukünftig steckt. Kurz gesagt: Ein spannender Beitrag

für alle, die sich genauer mit CommTech und Newsrooms beschäftigen möchten oder auf der Suche nach Input für ihre eigenen Newsrooms sind.

[Blogbeitrag Marie-Christine Schindler](#)

MENSCHEN



Seit dem 15. März unterstützt Marie Sophie Groß (24) die AG CommTech als studentische Mitarbeiterin bei der Erstellung von Publikationen, anderen redaktionellen Tätigkeiten und bei der Organisation von Veranstaltungen. Marie Groß ist seit Oktober 2021 Master-Studentin

"Kommunikationsmanagement & -analyse" an der Uni Hohenheim. Sie beschäftigt sich im Rahmen des Studiums u.a. auch mit der Digitalisierung von PR und Journalismus. MarieSophie.Gross@imwf.de

LIVE



Daten zum Sprechen bringen: Wie PR-Leute wirklich Insights aus ihrer Medienanalyse ziehen

„Daten sind nicht mein Problem“, resümierte vor Kurzem eine namhafte Pressesprecherin. „Ich habe viel zu viele Daten. Aber es sind die Falschen. Und wirklich nützliche Erkenntnisse bekomme ich auch nicht.“ Was müssen Kommunikationsverantwortliche tun, um Insights aus den Daten zu ziehen? Wie können Sie damit ihre Kommunikationssteuerung und ihr Themenmanagement befeuern? Diese Fragen beantworten in einem kostenfreien **Webinar am 27. April von 10:00 bis 11:00 Uhr:**

- **Timo Radzik**, Project Owner Analytics Unlocked bei **Siemens**,
- **Thomas Mickleit**, Ex-Kommunikationschef von Microsoft Deutschland und **Leiter der AG CommTech**
- **Jörg Forthmann**, Geschäftsführer des **IMWF** Institut für Management- und Wirtschaftsforschung.

[HIER ANMELDEN](#)



**Daten aggregieren –
aber bitte ohne „Copy & Paste“**

Je nach Messmodell müssen auch in der Unternehmenskommunikation Daten aus unterschiedlichen Quellen zusammengeführt werden, um ein ganzheitliches Bild zu erhalten. Selbstredend sollte dies im Jahr 2022 weitgehend automatisiert erfolgen – ohne Kolleg*innen die Qual aufzuerlegen, Daten von A nach B zu kopieren. **Matthias Harenburg**, Communication Performance Manager bei der **Siemens Healthineers AG**, stellt in dieser IMWF/AGCommTech Online-Session einen Lösungsansatz vor – und stellt Vor- wie auch Nachteile zur Diskussion.

Matthias Harenburg beschäftigt sich seit seinem Studium des Kommunikationsmanagements mit Aspekten des Kommunikations-Controlling. In den folgenden 15 Jahren hat ihn das Thema durch verschiedene Rollen und Verantwortlichkeiten in der Unternehmenskommunikation hindurch begleitet. Seit Ende 2019 ist er bei Siemens Healthineers für den Aufbau eines funktionsübergreifenden Kommunikations-Controlling zuständig. Er ist überzeugt: strategisches Kommunikationsmanagement kann und muss durch Daten gesteuert werden.

Moderiert wird das Webinar von **Oliver Lönker, Leiter Corporate Publishing and Campaigns bei Siemens Healthineers** und **Co-Leiter der AG 3 Reporting**. Das Webinar findet am Freitag, den 29.4. von 10:00 Uhr bis 11:00 Uhr statt.

[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](#)

Grow your business with  **mailchimp**