

[Newsletter im Browser ansehen](#)



Ausgabe 05 / Juni 2022



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

Mit Spannung erwarten wir die Ergebnisse des diesjährigen Communications Monitor, der ein ganzes Set an Fragen zur Digitalisierung von Kommunikation und CommTech enthält. Wir werden berichten. Was man schon jetzt prognostizieren kann, das „Problem“ ist nicht gelöst. Schon der ECM 2021 hat nachgewiesen, es gibt kein „Erkenntnis“- , sondern ein „Umsetzungsproblem“. PR-Verantwortliche fühlen sich überfordert, ihre digitale Infrastruktur zu entwickeln und den Datenschatz, auf dem sie oft sitzen, zu heben. Das wollen wir mit der Arbeitsgemeinschaft CommTech lösen und freuen uns auf Eure [Mitarbeit!](#) Den Blick nach vorn, wie es nun weiter geht mit CommTech und der Digitalisierung gab es auf dem LPRS-Forum in Leipzig und jetzt in diesem Newsletter. Weitere Themen in dieser Ausgabe: Mit welchen Kennzahlen sich PR am besten steuern lässt, beantwortet Matthias Harenburg von Siemens Healthineers im Best Practices Interview. Freut Euch auf Insights aus der CommTech Datenklinik, aktuelle Literatur-Tipps und kostenlose Webinare rund um die

Digitalisierung von Kommunikation.

Der Leitungskreis der AG CommTech

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

COMMTECH BLOG



Wohin geht die Reise mit CommTech?

Der Einsatz digitaler Technologien, Herausforderungen bei internen Arbeitsabläufen oder die Implikationen der Stakeholder-Journey: Themen die Anfang April an der Universität Leipzig unter einer Frage diskutiert wurden: Wohin geht die Reise mit CommTech?

Bei der Alumniveranstaltung REFRESH 2022 des Instituts für Kommunikations- und Medienwissenschaft wurden nicht nur die neuesten Forschungsergebnisse des Lehrstuhls vorgestellt, sondern auch das Thema CommTech, als zentraler Trend in der Kommunikationsbranche, kritisch diskutiert. Dabei wurde sowohl ein Blick in die Forschung zum Themenfeld geworfen als auch die Herausforderungen im Berufsalltag aus unterschiedlichen Perspektiven beleuchtet. Mit dabei waren Jana Brockhaus (Universität Leipzig), Meike Ostermeier (Finsbury Glover Hering), Lea Waskowiak (Covestro) und Manuel Wecker (Unicepta). Für die AG CommTech haben die Panel-Teilnehmer:innen ihre Key Learnings festgehalten.



Interview Matthias Harenburg: Daten aggregieren – aber bitte ohne ‚Copy & Paste‘

Matthias Harenburg ist Communication Performance Manager bei Siemens Healthineers. In den vergangenen zwei Jahren hat er – gemeinsam mit weiteren Kolleginnen und Kollegen – ein kanalübergreifendes, interdisziplinäres und interaktives Kennzahlensystem für die Kommunikationsaktivitäten des im DAX40 gelisteten Medizintechnikkonzerns entwickelt. Insgesamt beschäftigt sich Matthias Harenburg seit mehr als 15 Jahren in unterschiedlichen Funktionen mit der Leistungserfassung und Verbesserung von Kommunikationsprozessen.

Das Interview entstand im Rahmen des Webinars "Daten aggregieren – aber bitte ohne ‚Copy & Paste‘", das am 29. April vom IMWF veranstaltet wurde. Hierbei beantwortete er unter anderem folgende Frage:

Matthias, warum war dir der Aspekt ‚ohne Copy&Paste‘ im Webinartitel so wichtig?

Ich habe selbst häufig erlebt, dass Kommunikationsfachleute mit hohem Zeitaufwand Dateien, Tabellen und sonstige Daten von Hand zusammentragen mussten, bevor sie überhaupt Aussagen zur Leistung der Kommunikation treffen konnten. Die Arbeit mit Daten beginnt also mit einer eher negativen Erfahrung. Aus meiner Sicht ist eine solche manuelle Arbeit mit Daten im Jahr 2022 nicht mehr zeitgemäß. Sie können durch voll- und teilautomatisierte Möglichkeiten der Datenerfassung ersetzt werden – ohne zusätzlichen Arbeitsaufwand bei den beteiligten Kolleginnen und Kollegen.

Die Fragen stellte Oliver Lönker, Leiter Corporate Publishing und Campaigns bei Siemens Healthineers und Co-Leiter der CommTech Arbeitsgruppe 3 'Reporting & KPIs'.

[WEITERLESEN](#)

MASCHINENRAUM

Best Practices aus der "Datenklinik"

Praktischen Austausch herstellen – so lautete der Wunsch der CommTech Community an die AG 3. In der daraufhin gestarteten „Datenklinik“-Webinarreihe berichtete [Stefanie Babka](#) darüber, wie das Pharma- und Chemieunternehmen Merck auf eine Datenkultur umstellt, und [Matthias Harenburg](#), wie bei Siemens Healthineers Daten aus verschiedensten Quellen zusammenfließen (mehr dazu [hier](#)). Ob und [wie Kommunikation ganz direkt zum Geschäftserfolg beiträgt](#) – und wie sich dies messen lässt – war die zentrale Frage im Vortrag von [David Willmes](#). Bei SCHOTT stehen integrierte Marcom-Kampagnen im Fokus, für die der Spezialglashersteller gerade ein virtuelles Team aus verschiedenen Disziplinen schafft, das die Kampagnen ganzheitlich steuern soll. Als Herausforderung stellten sich dabei das komplexe Produktportfolio und die sehr unterschiedlichen Stakeholder-Journeys der Geschäftseinheiten heraus. Auch gilt es, die unterschiedlichen Einflugschneisen von Communications und Marketing zu integrieren und die vielbeschworene

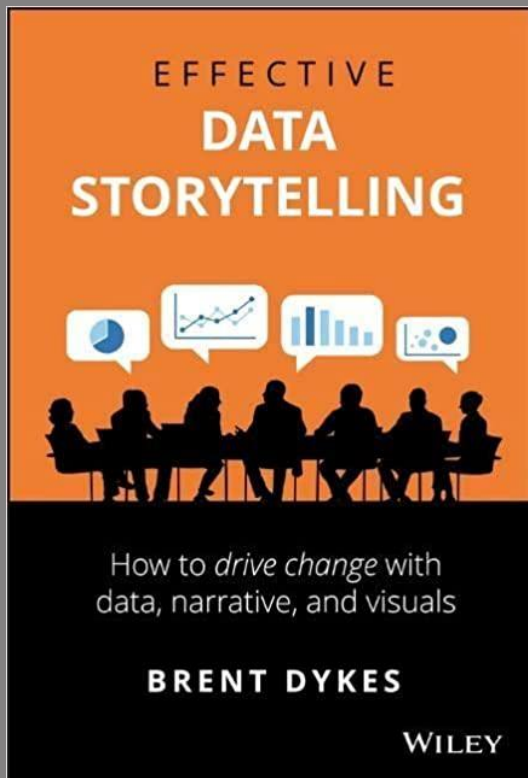
Datenkultur zu etablieren, ohne das ein Kontrollgefühl Einzug hält. Bei letzterem setzt SCHOTT auf entsprechende Dashboards in Google Data Studio, die nach und nach um weitere Datenquellen ergänzt werden. Mit kleinen Schritten zu starten, ist entsprechend auch der praktische Tipp von David für die Community: „Start small, sammelt gemeinsam im Team Erfahrungen und spricht darüber. Das hilft uns gerade sehr, ein besseres Datenverständnis aufzubauen,“ so sein Fazit.

Der nächste Treffpunkt in der Datenklinik ist bereits in Vorbereitung: Im Juni sprechen [Antonia Dieterle](#) (Sennheiser) und [Timo Radzig](#) (Siemens) über Data Analytics und die richtigen KPIs für Kanäle und Ziele – Einladung folgt.

Launch der Podcast-Reihe "Why KI?!"

Die AG 4 KI in der Kommunikation launcht in Q2 die Podcast-Reihe "Why KI?!" in der Expert:innen über die wichtigsten Fragen von KI in der Kommunikation diskutieren, u.a. Anwendungsbereiche von KI-Tools in der Unternehmenskommunikation heute und in der Zukunft, den Wert emphatischer KI und verbindlicher Regeln zur Ethik in der Kommunikation. Die Produktion der Podcasts wird professional von der Kommunikationsagentur Gute Leute Fabrik in Hamburg unterstützt. Ein erstes Interview gab es bereits mit Herrn Prof. Banholzer, u.a. Leiter Technikjournalismus / Technik-PR an der TH Nürnberg. Zwei bis drei weitere Interviews folgen in den nächsten Monaten.

AUFGELESEN



Brent Dykes: Effective Data Storytelling

Story beats Statistics

Brent Dykes gilt als der „King“ des Data-Storytelling. Mit seinem Buch „Effective Data-Storytelling“, das 2020 bei Wiley in englischer Sprache erschienen ist, bestätigt er den Ruf. Data-Storytelling funktioniert nur, wenn die Zutaten: Daten, Narrativ und Visualisierung sauber zusammenwirken.

Was nicht nach Raketenwissenschaft klingt, ist auch keine. Was Dykes aber trefflich gelingt, ist ein gutes Verständnis über die Mechanismen zu vermitteln, die auch sofort und jederzeit umsetzbar sind, z.B. den Spannungsbogen einer Story mit dem richtigen „Aha-Moment“ zu entwickeln oder die „sieben Prinzipien für besseres visuelles Storytelling“ einzusetzen. Das Buch liest sich flüssig und unterhaltsam, nicht zuletzt, weil in ihm die gepriesenen Methoden angewendet sind. Warum war es Ignaz Semmelweis in den vierziger Jahren des 19. Jahrhunderts nicht vergönnt, das Kindbettfieber in Wien effektiv zu bekämpfen, aber John Snow zur gleichen Zeit erfolgreiches Data-Storytelling bei der Bekämpfung der Cholera in London einsetzte, zündet ein Licht an. Das Buch ist nicht nur für den professionellen Data-Storyteller, sondern für alle sehr zu empfehlen, die präsentieren und überzeugen müssen – und wer muss das nicht. tm

Monitor
Deloitte.



Monitor Deloitte's 2022
Chief Transformation Officer Study —
Designing Successful Transformations

Deloitte: Chief Transformation Officer Study 2022

Führende Unternehmen sehen in gesellschaftlichen, wirtschaftlichen und technologischen Umbrüchen eine Chance, sich selbst zu verändern. Sei es nun durch das Vorantreiben von Innovationen, die Vereinfachung von Abläufen oder die Beschleunigung des Wachstums. Dabei wird Transformation heute nicht mehr als diskrete Reaktion auf einzelne Ereignisse betrachtet. Viel mehr ist sie eine unternehmensweite Fähigkeit, die in der DNA jeder Organisation verankert sein sollte – nur so ist ein kontinuierlicher und effektiver Wandel möglich.

Die Monitor Deloitte Chief Transformation Officer Study 2022 gibt Einblicke in die Erkenntnisse von mehr als 300 Führungskräften aus verschiedenen Branchen und Regionen. Dabei beleuchtet sie, was es braucht, um Transformationsprojekte effektiv zu gestalten. So zeigt sich beispielsweise, dass bei der Budget-Allokation ein überproportional großer Anteil in Technologie und Prozesse (66%) und nur ein geringer Anteil in Change-Management und Kommunikation (10%) fließt. Das ist ein Problem, denn gerade solch „weiche Faktoren“ sind entscheidend für Akzeptanz, Verhaltensänderung und Vertrauen in das Projekt – und ohne diese drohen Transformationsprojekte schnell zu scheitern. Um hilfreiche Ansatzpunkte für die Entwicklung und Stärkung der Transformationsfähigkeit im eigenen Unternehmen zu gewinnen, lohnt sich ein genauerer Blick in die Studie.

msg

[📄 Chief Transformation Officer Study 2022](#)

MENSCHEN



Neu in der AG CommTech Doreen Grütt

Doreen Grütt ist in der Konzernkommunikation der Salzgitter AG tätig und kümmert sich dort um die Onlinekommunikation. Dies betrifft fast alles, was als digitale Kommunikation aus der Zentrale angeboten und genutzt wird. Hierzu zählen unter anderem Intranet, Webauftritte, SoMe-Kanäle, Onlineidentität und Domainmanagement. Seit kurzem ist sie ebenfalls Mitglied in der AG CommTech. [✉gruett.d@salzgitter-ag.de](mailto:gruett.d@salzgitter-ag.de)

Frage: Warum bist du Mitglied in der AG CommTech geworden?

Doreen Grütt: *Ich möchte mit Kolleg:innen in den Austausch kommen und meine Erfahrungen nicht nur im eigenen Umfeld teilen.*

Frage: Welche Rolle spielt Digitalisierung aktuell für Kommunikationsverantwortliche?

Doreen Grütt: *Digitalisierung ist aktuell der wichtigste Punkt in der Weiterentwicklung der Kommunikation und das in zwei Richtungen: Zum einen in Bezug auf die interne Zusammenarbeit mit Schlagworten wie Informationsüberflutung, personelle Engpässe, modernere Arbeitsumgebung. Und zum anderen in Bezug auf die optimale Ausspielung der Infos/des Contents mit Schlagworten wie Informationsüberflutung, zielgruppengerechte Ansprache/Aussteuerung.*

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

Doreen Grütt: *Ich finde es spannend, wie sich z.B. die SoMe-Kanäle und die Vielfalt dieser verändern. Jede(r) hat ja eine andere Basis zur Evaluierung von Daten. Findet man für die Zukunft nutzbare Überschneidungen und damit auch*

vergleichbare Daten oder findet jede Generation ihre eigenen Plattformen, was eine zeitliche Betrachtung ohne Systembrüche kaum möglich macht.

LIVE



So weisen Sie den Erfolg Ihrer Presse-Kampagnen im Unternehmen nach

Was ist das Geheimnis der erfolgreichen Kommunikatoren, wie sie mit ihrer Arbeit im eigenen Unternehmen überzeugen? Wie sie die Geschäftsführung hinter sich bringen, wie sie höhere Budgets durchsetzen und wie sie von der „Kostenstelle“ zum strategischen Mehrwert für die Firma wurden?

Die Antwort ist: Durch den klaren Nachweis von Erfolg. Die Kommunikationselite benutzt Medienanalysen, um ihren Beitrag zum Unternehmenserfolg nachzuweisen. Wie das geht, zeigen wir Ihnen in diesem kostenfreien Webinar von Prof. Lothar Rolke, IMWF und Meltwater.

Das **kostenfreie Webinar findet am 8. Juni um 14:00 Uhr** statt.

[HIER ANMELDEN](#)



Skills und Jobprofile für 2030: Wen suchen PR-Abteilungen im nächsten Jahrzehnt?

Kommunikationsabteilungen wandeln sich aktuell zunehmend von ausführenden Organen zu beratenden Instanzen, die mit den Top-Entscheidern in ihren Unternehmen an einem Tisch sitzen. Damit dies rundum gelingt, ist kompetenter Nachwuchs mit vielen anderen Talenten gefragt. Denn datenbasierte Entscheidungen, ein erweiterter Einfluss im gesellschaftlichen Diskurs, mehr Verantwortung in Nachhaltigkeitsfragen und eine gründliche interne Change-Begleitung der Transformation stehen in den kommenden Jahren ganz oben auf der Agenda.

Gabriele Kaminski und Christian Löcker, geschäftsführende Gesellschafter der renommierten GK Unternehmens- und Personalberatung teilen ihre Erfahrung aus der Vermittlung tausender offener Kommunikations-Stellen mit uns und leiten aus vielen Kundengesprächen Trends für 2030 ff. ab. Wir laden zum **kostenfreien Online-Impuls** mit den beiden HR-Profis im Interview mit CommTech-Mitglied Richard Tigges (Audi Kommunikation) – am **Montag, 20. Juni 2022, 16:00 – 17:00 Uhr**.

[**HIER ANMELDEN**](#)



Datenmarathon – wie Daten der Kommunikation nützen und Kommunikation den Daten

Ein Must Have für Kommunikatorinnen und Kommunikatoren: Am **22. und 23. Juni** findet das Excellence Forums im Neubau von Axel Springer statt. 2 Tage lang geht es um den „Datenmarathon – wie Daten der Kommunikation nützen und Kommunikation den Daten.“ Da die AG CommTech mit dem Excellence Forum eng kooperiert, werden wir wohl viele bekannte Gesichter treffen.

Die Referentenliste ist hochkarätig. Das komplette Programm und das Anmeldeformular gibt es hier: <https://companion.de/xf-fachtag53/>. Für Mitglieder der AG CommTech gibt es einen Vorzugspreis!

[HIER ANMELDEN](#)



Wie sich der Erfolg von Nachhaltigkeitskommunikation wirklich messen lässt

Die Nachhaltigkeitskommunikation steht bei den allermeisten Pressestellen ganz oben auf der Agenda. Doch wie kommuniziert man seine Nachhaltigkeitsbemühungen glaubwürdig? Wie lässt sich das konkret messen, und wie lässt sich der Erfolg der Nachhaltigkeitskommunikation nachweisen?

Darum geht es in dem **kostenfreien Webinar am 26. Juni um 10.00 Uhr** mit:

- Ralph Kampwirth, Director Communication & Public Affairs von LichtBlick,
- Thomas Mickleit, Pionier in der Digitalisierung und Ex-Kommunikationschef von Microsoft Deutschland,
- Jörg Forthmann, Geschäftsführer des Analysehauses 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](#)

Grow your business with  **mailchimp**