



Guten Tag,

In wenigen Tagen trifft sich die Branche zum Kommunikationskongress in Berlin. Im Track „Morgen“ geht es flächendeckend um alle Aspekte von Digitalisierung der Kommunikation und die AG CommTech ist mit Panelisten und Referenten breit vertreten. Das ausführliche Programm und Anmelde-möglichkeiten findet Ihr [hier](#). Am 29.11. kommen Kommunikations-Digital-Aficionados beim ersten CommTech Summit in Hamburg zusammen, gemeinsam veranstaltet von der AG CommTech und der DPRG. Schnell [anmelden](#), die Plätze sind limitiert. Dort wird auch der erste CommTech Index Report vorgestellt, der den Status der Digitalisierung von Kommunikation vermessen und Fortschritte dokumentieren wird. Die [Befragung](#) ist noch geöffnet. Dringliche Bitte: Investiert 15 Minuten Eurer Zeit, damit wir aussagekräftige Daten zusammentragen können. Die Interne Kommunikation ist, was die Nutzung von Daten zur Steuerung der Kommunikation angeht, noch mehr im Rückstand, wie u.a. durch den [Trendmonitor IK](#) belegt wird. In unserem nächsten [Webinar](#) am 29. September geht es deshalb um „Wirkungsmessung in der IK“.

In diesem Newsletter lest Ihr im Blogbeitrag von Christof Schmid wie Euch KI beim Storytelling unterstützen kann, Ihr erfahrt im Interview mit André Völker wie Siemens seine Digitalisierungsstrategie in der Kommunikation umsetzt. Wir haben wieder nützliche Lesetipps und auch ein cooles Job-Angebot von Sennheiser. Viel Spaß beim Lesen!
Der Leitungskreis der AG CommTech

Thomas Mickleit, Jörg Forthmann, Klaus Treichel, Annette Siragusano, Jacqueline Casini, Oliver Lönker, Christina Rettig, Christof Schmid, Richard Tigges, Andreas Rossbach, Markus Fuhrmann

Die sich rasch verändernde Welt stellt uns vor neue Herausforderungen, von wirtschaftlichen Schwierigkeiten bis hin zu gesellschaftlichen Umwälzungen. In dieser Ära des Aufbruchs ins Internet 3.0, geprägt von Unternehmen und technologischen Fortschritten, eröffnen sich spannende Möglichkeiten. Inmitten des Datenüberflusses bleibt jedoch eine Konstante: unsere Liebe zu Geschichten. Gutes Storytelling bindet nicht nur unsere Aufmerksamkeit, sondern schafft Vertrauen und Identifikation. In einer unsicheren Welt tragen Unternehmen die Verantwortung, Vertrauen aufzubauen und Bindungen zu schaffen. Hier spielt Kommunikation eine Schlüsselrolle. Die Integration von KI-Technologien wie ChatGPT kann dabei helfen, durch effektives Storytelling das Vertrauen von Kunden und Interessenten zu gewinnen.

[Zum Blog](#)

Interview **Warum braucht** **Kommunikation einen** **Data-Lake?**

André Völker ist als Daten-Analyst im Siemens Kommunikations-Team "Data Management & Engineering" tätig. Als Product Owner verantwortet er die Konzeption, Weiterentwicklung und den Betrieb des zentralen Data Hubs für digitale Kommunikationsdaten.

Erfahre in unserem exklusiven Best-Practice-Interview, wie Siemens seine PR-Strategie durch den Einsatz von Daten optimiert hat. Wir beleuchten die Bedeutung eines Data-Lakes, die strategischen Vorteile eines Data-Hubs und die praktische Anwendung von Datenvisualisierung. Siemens zeigt, wie sie Daten aus verschiedenen Quellen zusammenführen, um effektive Kommunikationswerkzeuge zu schaffen. Wir diskutieren auch die Bedeutung einer soliden Data-Governance für die Zukunft der datenbasierten Unternehmenskommunikation. Ein Must-Read für alle, die den Nutzen von Daten in der Unternehmenskommunikation verstehen möchten.

[Zum Interview](#)

Themencluster Organisation **Wie Marketing und Kommunikation besser** **zusammenarbeiten können**

Marketing und Kommunikation sind leider nicht immer ein Dream-Team. Nicht selten ist das Verhältnis konfliktreich und von Konkurrenzdenken und Attacken aus dem Schützengraben geprägt. Dabei geht heute ohne die reibungslose Zusammenarbeit nichts mehr. Wie man die Zusammenarbeit zwischen den Funktionen verbessern kann, darüber hat sich eine Initiative im Themen-Cluster Organisation Gedanken gemacht und 10 wertvolle Tipps für

ein reibungsloses Miteinander zwischen Kommunikation und Marketing in einem Slider verschriftlicht. Fühlt Ihr auch den Schmerz? Hier gibt es eine Pille.

[Zum Slider](#)

News Aktuell Podcast

Wie gelingt die digitale Transformation der Kommunikation?

Im aktuellen News Aktuell-Podcast werden Barbara Bossmann als Autorin oder Thomas Mickleit als Herausgeber des im Juli erschienenen Fachbuchs "[Erfolgsfaktor CommTech](#)" befragt. Es geht u.a. um die Arbeit in der AG CommTech, Barrieren der Digitalisierung, künftig erforderliche persönliche und funktionale Skills, Künstliche Intelligenz in der Kommunikation und das universale Lastenheft für digitale Werkzeuge. Erkenntnisreiche 30 Minuten.

[Zum Podcast](#)

AUFGELESEN



Edelman: The Collapse of the Purchase Funnel

Der Special Report "The Collapse of the Purchase Funnel" basiert auf Daten von 13.802 Befragten, welche vom 01. bis 12. Mai 2023 erhoben wurden. Die Ergebnisse zeigen unter anderem, dass heutige Kaufbeziehungen zu dynamisch für einen linearen Marketing-Funnel sind. Der klassische Funnel, der über Jahrzehnte die Strategien von Kommunikations- & Markenverantwortlichen bestimmt hat, funktioniert nicht mehr. Hierfür gibt es verschiedene Gründe: Zum einen ist der Kauf nicht mehr nur Endpunkt des Funnels, sondern vielmehr Ausgangspunkt für die Beziehung zwischen Marke und Kund*innen. Für Kommunikator*innen und Marketeers bedeutet dies, der Kauf ist Ausgangspunkt für eine interaktive und kollaborative Customer Journey. Zum anderen verhalten sich Verbraucher*innen nicht entsprechend den aufeinanderfolgenden Phasen. Der lineare Funnel berücksichtigt zudem keine laufenden Beziehungen und ist vorwiegend auf Transaktion ausgerichtet. Der radikale Wandel des Verhaltens der Verbraucher*innen führt dazu, dass an die Stelle des linearen Modells ein Kreislauf rückt. Dieses Erkenntnis ist ebenfalls relevant für das Modell der Stakeholder Journey der AG CommTech und bestätigt den Ansatz, dass die Journey nicht linear erfolgt.

Der Report zeigt weiterhin, dass direkte und laufende Interaktionen für Verbraucher*innen entscheidend sind. Sie dienen der Rückversicherung in

Bezug auf das Vertrauen in Kompetenz (69%), ethisches Verhalten (51%) und Relevanz (51%) der Marke. Die Interaktion mit Marke wird somit zum Gatekeeper für Kund*innen-Beziehung und Vertrauen. Vertrauen ist zudem wiederum ein entscheidender Wachstumsfaktor. Es erhöht die Wahrscheinlichkeit für Kundentreue, Fehlertoleranz, einen persönlichen Einsatz für die Marke und den Kauf. Die [vollständigen Ergebnisse](#) stehen kostenfrei zur Verfügung.



Quantum Black: The state of AI in 2023

Die jährliche McKinsey Global Survey zum aktuellen Stand der KI basiert in diesem Jahr auf den Antworten von 1.684 Befragte aus verschiedenen Branchen, Regionen, Unternehmensgrößen sowie Fachgebieten und wurde vom 11. Bis 21. April 2023 durchgeführt. Die Ergebnisse bestätigten ein explosives Wachstum generativer KI-Tools. Weniger als ein Jahr, nachdem viele der Tools auf den Markt kamen, gibt ein Drittel der Umfrageteilnehmenden an, dass ihre Unternehmen generative KI regelmäßig in mindestens einer Geschäftsfunktion einsetzt. Zudem ist das Thema in den Fokus der Geschäftsführung gerückt. Fast ein Viertel der befragten C-Suite-Führungskräfte gibt an, entsprechende Tools für ihre Arbeit zu nutzen. Dies unterstreicht das Ausmaß, in dem Unternehmen verstehen und akzeptieren, dass generative KI in der Wirtschaft praktikabel ist.

Die Studie zeigt weiterhin: Am häufigsten werden generative KI-Tools im Sektor „Technologie, Medien und Telekommunikation“ regelmäßig für die eigene Arbeit genutzt (14%). Dabei erfolgt von 10% der Senior Manager und 8% der C-Suite-Executives eine regelmäßige Nutzung. Eine Analyse nach Geschäftsbereichen verdeutlicht, dass generative KI vor allem in den drei Bereichen Marketing & Vertrieb, Produkt- & Serviceentwicklung sowie Servicebereichen wie Kundenbetreuung zum Einsatz kommt. Trotz der gesteigerten Nutzung generativer KI-Tools, ist der Prozentsatz der Unternehmen, die andere KI-Tools einsetzen seit 2022 konstant geblieben (55%). Zudem konzentriert sich der Einsatz nach wie vor auf eine kleine Anzahl von Funktionen. So geben nur 22% der Befragten an, KI regelmäßig für ihre eigene Arbeit einzusetzen. Die [vollständige Studie](#) steht kostenfrei zur Verfügung.



Neu in der AG CommTech Bianca Eschenbacher

Bianca Eschenbacher (ehemals Bauer) verantwortet als Head of Communications die globale Kommunikation der Allianz Technology. Hier betreut sie die interne, externe sowie Change- und Transformationskommunikation. Zuvor war sie bei Microsoft Deutschland in verschiedenen Rollen tätig, zuletzt als Employee Communications & Employer Branding Lead.

Warum bist du Mitglied in der AG CommTech geworden?

Ich verfolge mit einem Auge die AG CommTech schon seit der Gründung, da mein früherer Manager Thomas Mickleit viel darüber berichtet. Aufgrund meines persönlichen Jobwechsels hatte ich mich entschieden, etwas kürzer in der Commszene zu treten und mich voll und ganz auf meine neue Stelle zu konzentrieren. Ich stelle nur immer wieder fest: ich brauche mein externes Netzwerk dringend für meinen Job! Als ich dann auf LinkedIn die Comms-Community rund um ihre Erfahrungen zu ChatGPT gefragt habe und Thomas Kommentar (O-Ton: „warum kommst du nicht endlich in die AG CommTech?“) gelesen habe, habe ich nicht mehr gezögert 😊 Ich freue mich sehr, auf neue Perspektiven und spannende Diskussionen rund um Digitalisierung und Kommunikation.

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

Kommunikator*innen müssen aus meiner Sicht an ihren spezifischen Skills arbeiten: Toolwissen und Community-Management sind zwei unabdingbare Stützen, in denen wir uns weiterbilden und neue Wege gehen müssen. Zudem müssen wir Kommunikator*innen definitiv einen Stuhl am Tisch bekommen, wenn uns um Digitalisierung im Unternehmen geht, denn ohne einen starken Kommunikationsfahrplan, werden die Mitarbeitenden nicht mitgenommen.

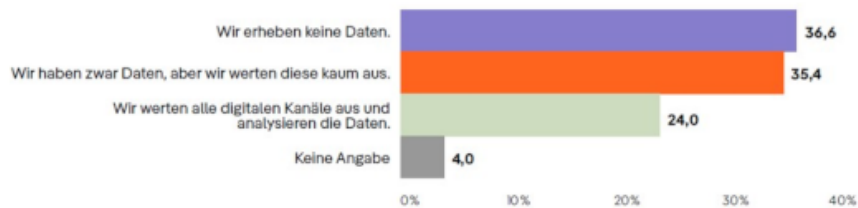
Als größte Herausforderung sehe ich das Selbstverständnis in Unternehmen. Das Selbstverständnis digitale Tools im Arbeitsalltag einzusetzen, da alle (oder die meisten) der Mitarbeitenden auch im täglichen Gebrauch digital unterwegs sind, wird nicht mehr viel erklärt, sondern Tools werden einfach ausgerollt und sind da. Die Schulung und der gemeinsame Umgang mit

neuen Tools, digitalen Hilfsmitteln, also wie kollaborieren wir zusammen, sodass wir aus potentiellen Zeitersparnissen nicht Zeitfresser machen.

Welche Chancen siehst du in Bezug auf datengetriebene Kommunikation?

Für mich hat datengetriebene Kommunikation zwei riesige Vorteile und der erste ist glasklar: das Kommunikationsteam kann sich auf Daten verlassen und auf Basis derer immer wieder Kommunikationsaktivitäten anpassen und optimieren. Als Kommunikatorin von Beginn meiner Karriere, höre ich den Satz aus dem Unternehmen immer wieder „aber ich habe gehört, dass gar keine Kommunikation bei den Leuten angekommen ist“ „ich fand die Kommunikation nicht gut“ „mir wurde gesagt, dass euer Event nicht gut war“ – Feedback ist wichtig und richtig, doch manchmal ist es reines Bauchgefühl und Einzelfeedback, das dem großen Ganzen nicht weiterhilft. Daten können genau dieses Feedback bestätigen oder widerlegen und so einen großen Mehrwert für die gesamte Company bieten.

LIVE



Quelle: Studie Trendmonitor Digitale Interne Kommunikation 2022
MMW Corporate Communication Solutions/Period 07/22 Digital Leadership for Communications and Management (DLM)

Erfolgsmessung in der internen Kommunikation

Die Erfolge in der internen Kommunikation lassen sich noch schlechter messen als in der externen Kommunikation – meinen die allermeisten Kommunikationsverantwortlichen. Damit ist die interne Kommunikation noch stärker in der Not, ihre Daseinsberechtigung zu beweisen als die externe. In diesem Webinar zeigen wir Ihnen, mit welchen Kennziffern der Erfolg in der Mitarbeiterkommunikation gemessen und nachgewiesen werden kann. Das Webinar findet statt am **29. September von 10:00 bis 11:00 Uhr** mit:

- Maike Molling, Vice President Strategic & Employee Communications bei E.ON,
- Thomas Mickleit, vormals Kommunikationschef bei Microsoft Deutschland und Pionier in der digitalen Kommunikation,
- Jörg Forthmann, Geschäftsführer des IMWF.

[Hier anmelden](#)

CommTech Summit 2023

29. November 2023

[Jetzt anmelden](#)



CommTech Summit 2023

Kommunikationsfunktionen befinden sich im Umbruch. Communications ist in Rückstand zu Vertrieb, Finanzen oder Marketing geraten, wenn es um die Nutzung von Daten für die Erfüllung ihrer Kernaufgaben geht. Data-driven Communications muss das neue Credo werden.

Die DPRG und die AG CommTech nehmen sich des Themas an und veranstalten gemeinsam den ersten CommTech Summit, um die Profession zu unterstützen, ihre Digitalisierung zu beschleunigen. Dabei geht es nicht nur darum effizienter zu werden, sondern vor allem auch innovativer.

Wann: 29. November, 10.00 bis 18.00 Uhr (mit anschließendem Networking)

Wo: Hapag-Lloyd, Hamburg

Auf dem CommTech Summit erfährst Du:

- Wo deutsche Unternehmen und Agenturen bei der Digitalisierung stehen: Vorstellung der ersten und künftig jährlich stattfindenden CommTech Index Studie
- Warum für Kommunikation im Zeitalter von KI die besten Zeiten erst kommen.
- Wer die Digital-Leader der Profession sind und wie sie das erreicht haben.
- Welche Skills in der Kommunikation künftig benötigt werden.
- Welche Technologien jetzt zum Einsatz kommen müssen.
- Wie sich die Profession durch CommTech verändert.

Das genaue Programm, detaillierte Informationen zu Referent*innen und Logistik werden in den nächsten Wochen fortlaufend aktualisiert.

Die Teilnahmegebühr beläuft sich auf 390 Euro zzgl. MwSt. DPRG-Mitglieder profitieren von einem Vorzugspreis in Höhe von 300 Euro zzgl. MwSt. Eine schnelle [Anmeldung](#) lohnt sich, die Plätze sind auf 150 Teilnehmende begrenzt.

[Hier anmelden](#)



SENNHEISER

**Teamlead Newsroom
(m/w/d)**

Sound made by Sennheiser - Seit mehr als 75 Jahren gehören wir zu den weltweit führenden Herstellern von Audioprodukten und gestalten die Zukunft der Audioindustrie. Wir sind stolz auf unsere ausgereiften Mikrofone und Audiolösungen, die Menschen verbinden und außergewöhnliche Klangerlebnisse schaffen - ob im Studio, im Konferenzraum oder auf der Bühne.

Für uns ist die Audiobranche eine der Aufregendsten, in denen man arbeiten kann. In unserem globalen Familienunternehmen erwarten Dich nicht nur ein einzigartiges Team, in dem wir uns gegenseitig vertrauen, wertschätzen und unterstützen, sondern auch die Möglichkeit, Deinen eigenen bedeutenden Beitrag zu unserem gemeinsamen Fortschritt zu leisten.

Du hast eine Leidenschaft für strategische Kommunikation? Du interessierst Dich für Sound, Musik und Technik? Du möchtest gerne für eine starke globale Marke arbeiten?

Als Teamleitung Newsroom in unserem Corporate Communications & Brand-Team verantwortest du den Corporate Newsroom der Sennheiser Gruppe, in dem die Kommunikation aller Marken und Geschäftsbereiche abgestimmt wird.

Für diese herausfordernde und spannende Position suchen wir eine begeisterungsfähige Person, die gerne neue Ansätze ausprobiert und Lust hat, Themen strategisch zu entwickeln und Projekte eigenverantwortlich voranzutreiben.

Du kannst bei uns entweder remote arbeiten oder von unserem Hauptsitz in der Wedemark aus.

Klingt gut? Dann freuen wir uns auf Deine Bewerbung!

[Jetzt bewerben](#)

MITMACHEN

Themencluster Organisation

Christina Rettig

christina.rettig@schott.com

Oliver Lönker

oliver.loenker@siemens-healthineers.com

Themencluster Technologie

Richard Tigges

richard.tigges@audi.de

Christof Schmid

cschmid@christofschmid.com

Themencluster Stakeholder Journey

Thomas Mickeleit

thomas.mickeleit@imwf.de

Klaus Treichel

klaus@treichel-kom.de

Themencenter Wirkungsmessung

Jörg Forthmann

joerg.forthmann@faktenkontor.de

Andreas Rossbach

andreas.rossbach@acronis.com

Themencenter Rollen, Skills & Führung

Annette Siragusano

annette.siragusano@ottogroup.com

Jacqueline Casini

jacqueline.casini@dlh.de

Interessensgruppe Data Analysts

N.N.

Interessensgruppe Interne Kommunikation

Markus Fuhrmann

markus.fuhrmann@universal-investment.com

Interessensgruppe CvD

N.N. info@agcommtech.de

[LinkedIn-Gruppe AG CommTech](#)

Medienpartner

Förderer



AG CommTech
Zeughausmarkt 35, Hamburg, Hamburg, 20459, Germany

No longer interested in receiving emails? [Click here to unsubscribe](#)