



Guten Tag,

in der vergangenen Woche ist die brandaktuelle Edelman Studie [„The Future of Corporate Communications 2023“](#) erschienen. Natürlich spielt auch das Thema Daten und Digitalisierung der Kommunikation eine große Rolle. Als Erfolgsfaktor wird herausgearbeitet: Verwertbare Daten müssen das Herzstück einer fortschrittlichen Kommunikationsfunktion sein. Interessant ist, dass der Wunsch nach mehr und besseren Daten den Trend zur Zentralisierung von Kommunikation beschleunigt. In nur zwei Jahren hat sich der Anteil der zentral geführten Kommunikationsfunktionen, also alle die Kommunikation betreiben, reporten in einer Linie, von 43% auf 66% erhöht. Wir werden dem in einer neuen Initiative auf den Grund gehen und fragen: Gibt es die optimale Organisation für CommTech? Wer mitwirken möchte bitte eine Mail an info@agcommtech.de.

In diesem Newsletter sprechen wir mit Maike Molling von E.ON darüber, wie die Interne Kommunikation ihren Wertschöpfungsbeitrag mit Hilfe von Daten belegt. Wir freuen uns über Lena Wouters und Markus Fuhrmann als neue Mitglieder des Leitungskreises der AG CommTech. Das Themen-Cluster „Wirkungsmessung“ präsentiert ein neues Whitepaper zur Erfolgsmessung in der IK. Ein Handout zu Videoaufnahmen von Mitarbeitenden hilft, sich datenschutzrechtlich sauber zu verhalten. Darüber hinaus erwarten Euch nützliche Lesetipps und die Einladung zu unsere nächsten Webinaren [„Wie KI die Unternehmenskommunikation beeinflusst“](#), [„Wie messe ich den Erfolg von Nachhaltigkeitskommunikation?“](#).

Wer seine personenbezogenen Daten ergänzen oder aktualisieren möchte, kann dies zudem nun unkompliziert auf unserer [Webseite](#) tun.

Viel Spaß beim Lesen wünscht 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, Lena Wouters



Wenn die KI nur noch mit sich selbst redet...

Künstliche Intelligenz, insbesondere Large Language Models (LLMs), revolutioniert die Kommunikationswelt. Doch während KI effizient Inhalte generiert und personalisiert, stellt sich die Frage: Verlieren wir die menschliche Nähe? Thomas Mickleit gibt eine Perspektive, wie KI die Kommunikation verändert und warum der menschliche Touch weiterhin unersetzlich ist. Lest mehr im CommTech Blog.

[Weiterlesen](#)



Interview mit Maike Molling: Erfolgsmessung in der Internen Kommunikation

Maike Molling ist seit November 2022 Vice President Strategy & Employee Communications bei E.ON Energie Deutschland, der Vertriebs-Tochtergesellschaft der E.ON SE. Die Kommunikationswissenschaftlerin ist seit 2019 im Unternehmen, zuvor war sie auf Agenturseite als Beraterin bei LoeschHundLiepold Kommunikation tätig. Maike Molling baut die Datenkompetenz der IK bei E.ON massiv auf.

Dass nur ein Viertel der IK-Abteilungen systematisch Daten erheben und auswerten, gehört zu den niederschmetternden Befunden, was die Digitalisierung von Kommunikationsprozessen angeht. Was war bei E.ON Energie Deutschland der Auslöser, dass Ihr Euch des Themas „Daten in der IK“ angenommen habt?

Auslöser gab es einige, einer davon war ein Klassiker: Kurz nachdem ich bei E.ON in die Interne Kommunikation gewechselt bin, stand mal wieder ein Jahresreporting an. Und während die Externe Kommunikation ihren Wertbeitrag mit Reichweiten und Reputationseffekten belegen konnte, suchten wir in der IK händeringend nach verwertbaren KPIs, die über die wenig aussagekräftige Anzahl der Intranet-News hinausging. Das hat uns als Team geärgert, weil wir fest vom Wert und der Relevanz der Internen Kommunikation überzeugt sind – gerade in der Zeit der Dauerkrisen, hybriden Arbeitswelten und des Fachkräftemangels. Aber diesen Wert müssen wir natürlich auch nachvollziehbar machen – um dem Management unseren Beitrag zum Unternehmenserfolg zu belegen und um selbstbewusst als strategischer Akteur auftreten zu können. Dieses Selbstverständnis war die Basis für viele Veränderungen, von der Entwicklung einer KPI-basierten Strategie über ein entsprechendes Themen-Management bis hin zur datenbasierten und zielgruppenfokussierten Content-Produktion.

[Weiterlesen](#)

MASCHINENRAUM

CommTech Index Survey **Umfrage bis zum 9. Oktober verlängert**

Du hast noch nicht beim CommTech Index Survey mitgemacht? Dann hast Du die Chance, noch **bis zum 9. Oktober** daran mitzuwirken. Bitte investiere 15 Minuten Deiner Zeit. Mit der Befragung wollen wir den Status der Digitalisierung von Kommunikation in Unternehmen und Agenturen vermessen und Erfolgsfaktoren für die Digitalisierung herausarbeiten. Die Ergebnisse werden am 29. November beim ersten CommTech Summit der DPRG und der AG CommTech in Hamburg vorgestellt.

[Jetzt teilnehmen](#)

Leitungskreis der AG CommTech **Lena Wouters & Markus Fuhrmann als** **neue Leitungskreis-Mitglieder**

Lena Wouters ist davon überzeugt, dass Technologien wie KI für die moderne Kommunikationsarbeit essenziell sind. Seit 2018 ist sie als Senior Manager Teil des Teams der Konzernkommunikation sowie Pressesprecherin beim internationalen Technologiekonzern Körber. In ihrer Funktion ist sie sowohl für interne als auch externe Kommunikationsthemen zuständig und treibt Strategie- sowie Innovationsthemen voran.

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

Das Thema CommTech bietet Kommunikatoren enorme Vorteile und Chancen für die eigene Profession. Zwei Hauptaspekte möchte ich hier hervorheben: Zum einen bin ich davon überzeugt, dass ein modernes Verständnis von Unternehmens- und Markenkommunikation in der heutigen Zeit immer auch eine Technologie-Komponente beinhaltet. Daher ist es für mich als Kommunikatorin wichtig, am Puls der Zeit zu sein, kontinuierlich einen Überblick über Skills, Tools und Methoden zu gewinnen sowie Trends frühzeitig zu bewerten und Erfahrungen mit anderen Experten zu teilen. Wer von Beginn an nur als „Late Follower“ auf das Thema schaut, wird nie das volle Potenzial ausschöpfen können.

Ein zweiter Aspekt ist das Thema Verantwortung, welches eng mit dem Thema Innovation verknüpft ist. Es ist wichtig, kulturelle, ethische und auch rechtliche Aspekte im Umgang mit Technologien und Daten zu berücksichtigen, um einen verantwortungsbewussten Einsatz von neuen Technologien in der Kommunikation sicherzustellen.

Diese Themen müssen sorgfältig vorbereitet und verantwortungsvoll vermittelt werden – dazu bietet die AG CommTech als unternehmensübergreifendes Netzwerk die ideale Plattform.

Markus Fuhrmann leitet seit März 2023 die Interne Kommunikation bei Universal Investment, einer der führenden europäischen Fonds-Service-Plattformen und Super ManCos u.a. mit Standorten in Frankfurt am Main, Luxemburg, Irland sowie Polen und einem administrierten Vermögen von über 980 Milliarden Euro. Zuvor war er 13 Jahre lang Teil des Kommunikationsteams bei o2 Telefónica. Dort startete er in der Internen Kommunikation und war später für Kommunikationsstrategie, Einführung eines Corporate Newsrooms und die Kanäle verantwortlich. Mit der Begeisterung für Organisationsentwicklung und Kommunikationsanalyse hat er in diesem Jahr die Interessengruppe Interne Kommunikation in der AG CommTech gegründet. Hier wird sich aus der Praxis heraus zum Einsatz von Daten und KI sowie zu Wirkung von Maßnahmen in der internen Kommunikation ausgetauscht.

Wieso hältst du es für relevant, eine Stakeholder Journey zu formulieren?

Die Stakeholder Journey unterstützt Kommunikationsverantwortliche gleich mehrfach: Sie lässt einen vor der Umsetzung von Maßnahmen prüfen, welche konkreten Ziele verfolgt werden sollen und wie sich die Wirkung konkret messen lässt. Zudem hält sie dazu an, sich intensiv mit den Zielgruppen und kommunikativem Verhalten auseinanderzusetzen. Last not least gibt eine Stakeholder Journey Struktur für Produktion und Ausspielung bzw. Umsetzung der Maßnahmen: Eine in der Schnelligkeit der Kommunikation nicht zu unterschätzende Orientierung.

Themencluster Wirkungsmessung
Endlich auch die Erfolge in der
internen Kommunikation messen

Selten hat eine Initiative so großes Echo gefunden wie die „Erfolgsmessung in der internen Kommunikation“. Ein Dutzend Kolleginnen und Kollegen haben ein ausgereiftes Kennzahlensystem entwickelt, das die Wirkung der internen Kommunikation vermisst. Das ist wegen des Datenschutzes und den Mitbestimmungsrechten der Arbeitnehmervertretung eine besondere Herausforderung. Gleichzeitig hat die interne Kommunikation spätestens in der Pandemie deutlich an Bedeutung gewonnen – verbunden mit der Erwartung, dass es bei steigenden Budgets auch einen besseren Erfolgsnachweis gibt. Wer wissen möchte, wie das erarbeitete Kennzahlensystem für die Initiativgruppe aussieht, kann es hier downloaden: <https://agcommtech.de/download-bereich/>.

Nach der Vorstellung des Whitepapers in einem Webinar mit einem Praxisbericht von Maïke Molling von E.ON gab es mehrfach den Wunsch, das Kennzahlensystem in der Praxis ausprobieren. Das ist ein tolles Echo für die fleißigen Kolleginnen und Kollegen aus der Initiative! Wir wollen deshalb die Erfolgsmessung für die interne Kommunikation in einem Pilotprojekt mit einer Reihe von Unternehmen pilotieren. Wer hat Lust, als Pilotunternehmen mitzumachen? Interessenten können sich gerne bei Joerg.Forthmann@IMWF.de melden.

Datenschutz

Handout: DSGVO bei Mitarbeiteraufnahmen

Alle reden über KI. Ob Datenschützer oder nicht. Dabei sind noch längst nicht alle Hausaufgaben gemacht, vor die uns die Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) tagtäglich stellt. Eines der Probleme, vor dem wohl jedes Unternehmen steht: Wie gehe ich mit Aufnahmen von Mitarbeiter*innen um, was darf ich, was muss ich tun, was ist meine Verantwortung nach der DSGVO?

Angeregt von einer Anfrage aus dem CommTech-Kreis haben wir uns Gedanken gemacht, wie wir das Thema anschaulich rüberbringen und Lösungswege aufzeigen. Es geht dabei ganz allgemein um jede Art von Bild- und Tonaufnahmen, für interne wie externe Kommunikationszwecke. Als Ergebnis sind zwei Checklisten zur Orientierung in der Praxis entstanden; dazu bieten wir einen vertieften juristischen Text zum Weiterlesen an. Um es gleich zu sagen: Ein Kaninchen konnten wir nicht aus dem Hut zaubern. Die Quintessenz unseres Beitrags lautet vorweggenommen, im Normalfall brauchst du eine Einwilligung des oder der abglichteten Person als Rechtsgrundlage.

[Weiterlesen](#)

AUFGELESEN

Artificial Intelligence in
Public Relations and Communications:
cases, reflections and predictions

Edited by Ana Adi

Ana Adi: AI in Public Relations & Communications

Über die Frage, welchen Einfluss KI auf Kommunikation als Profession hat, wird in der Branche stark diskutiert. Das eBook von Ana Adi, Professorin für Public Relations and Corporate Communications an der Quadriga University of Applied Sciences in Berlin, entwirft nun ein holistisches Bild über das Thema. Zwölf Beiträge von PR- und Kommunikationsprofis, Pädagogen und Studierenden präsentieren Untersuchungen, Überlegungen, Zusammenfassungen und Erfahrungsberichte. Das Ergebnis ist ein Überblick über die aktuellen Praktiken, aufkommenden Fragen und To-Dos. Das eBook ist als Reflexion über die Auswirkungen von KI auf und für die PR gedacht. Dabei diskutieren die letzten beiden Kapitel speziell zukünftige Auswirkungen von KI auf den Berufsstand und die PR-Ausbildung.

Zu Beginn des Buches werden auf eine Begriffserklärung sowie aktuelle und sich abzeichnende Auswirkungen von KI auf die PR-Branche eingegangen. Weiterhin zeigt Tsvetelina Dobрева in ihrer Studie, dass es Menschen im Allgemeinen schwerfällt, zwischen menschlichem und KI-generierten Text zu unterscheiden, wobei auch Bildungsgrad oder Schreib-Erfahrung keinen Unterschied machen. Christina Rettig und Thomas Mickleit greifen in ihrem Beitrag die Ergebnisse eines Fokusgruppen-Interviews mit Mitgliedern der AG CommTech auf und machen deutlich: Es gibt keinen Shortcut zu KI. Es benötigt einen gewissen Reifegrad in Bezug auf CommTech, damit die Implementierung von KI gelingen kann. Angesichts des beschleunigten Tempos der technologischen Evolution genügt es nicht, einfach nur neue KI-Werkzeuge einzuführen. Vielmehr müssen Kommunikationsprofis tief in das Thema eintauchen, die Feinheiten wirklich verstehen und sich kontinuierlich weiterbilden und anpassen, um das volle Potenzial auszuschöpfen. Monique Zytник und Matthew Lequick thematisieren die Bereitschaft der Mitarbeitenden und entwickeln ein Rahmenkonzept zur Unterstützung einer Adoptionskampagne. Zudem gibt es hier Tipps, um die Angst vor Technologie anzugehen. Wer mehr erfahren möchte, kann das eBook kostenlos [downloaden](#).

EUROPEAN
COMMUNICATION
MONITOR
2023

LOOKING BACK AND AHEAD:
15 YEARS OF RESEARCH ON STRATEGIC COMMUNICATION.

ORGANISED BY:



EACD

PARTNERS:

CISION

Fink & Fuchs

Zerfaß et al.: European Communication Monitor 2023

Der European Communication Monitor 2023 ist die 15. und letzte Ausgabe der jährlich stattfindenden Befragung (in diesem Forschungsdesign). In diesem Jahr wurde keine neue Umfrage durchgeführt, stattdessen erfolgt eine Zusammenfassung der wichtigsten strategischen Themen für das Kommunikationsmanagement in den letzten 15 Jahren. Dabei zählen der Aufbau und Erhalt von Vertrauen, die Verknüpfung von Unternehmensstrategie und Kommunikation, der Umgang mit nachhaltiger Entwicklung, CSR, Geschwindigkeit und Umfang des Informationsflusses sowie die Nutzung von Big Data und Algorithmen zu den wichtigsten strategischen Herausforderungen. Der Überblick über den sich verändernden Status des Fachgebietes sowie über aufkommende oder verschwindende Trends umfasst die Daten von fast 40.000 Befragten in 50 Ländern, die zwischen 2007 und 2022 gesammelt wurden.

Kombiniert wird der Rückblick mit der Identifikation von fünf Handlungsfeldern und Erfolgsfaktoren im nächsten Jahrzehnt. Hierzu zählen u.a. die Nutzung von Daten sowie der Potenziale moderner Technologien, Zielgruppen in einer hypervernetzten Welt zu erreichen und zu beeinflussen sowie die Führung und Motivation exzellenter Teams. Jedem Handlungsfeld ist ein eigenes Kapitel gewidmet, welches zudem jeweils drei Thesen enthält, welche die Zukunft der strategischen Kommunikation prägen werden. Sie basieren auf aktueller Forschungsliteratur sowie den zusammengefassten Erkenntnissen der letzten 15 Jahre. Die vollständige [Studie](#) steht kostenfrei zur Verfügung.



news aktuell & PER: Impact Map 2023

Die Studie „Impact Map 2023: Die aktuell größten Herausforderungen für die Kommunikation“ von news aktuell und PER Agency geht folgender Frage nach: Womit muss sich die Unternehmenskommunikation intensiver und langfristig beschäftigen, um in Zukunft erfolgreich zu sein, und was beeinflusst die Arbeit der Kommunikatoren dabei besonders? Hierfür befragten die Autoren Prof. Lothar Rolke und Jörg Forthmann von Oktober 2022 bis Februar 2023 139 Fach- und Führungskräfte der PR in einer Online-Umfrage. Zuvor wurde eine qualitative Erstbefragung durchgeführt.

Die Kommunikationsabteilungen sind mit einem dichten Geflecht an Herausforderungen konfrontiert. Es ist eine regelrechte Multi-Challenge. Eine Kern-Herausforderung ist die Digitalisierung der Kommunikationsprozesse, die für 93 Prozent der Kommunikatoren (sehr) hohe Auswirkungen auf die Unternehmenskommunikation haben wird. An diesem Thema hängen gleich eine ganze Reihe von Subthemen: Die Agilität in der Arbeit (80 Prozent) und die Messbarkeit des Erfolgs (79 Prozent), das Nutzen von Daten in der PR bzw. die Nutzung von künstlicher Intelligenz (61 Prozent) oder die Einführung eines Newsrooms (57 Prozent). Allein diese Aufzählung zeigt, dass die Kommunikationsabteilungen in naher Zukunft extrem gefordert sind.

Doch damit nicht genug. Wer Digitalisierung weiter denkt, sieht die nicht bewältigten Herausforderungen durch Social Media, die Notwendigkeit einer geänderten Führungskultur und bei alledem das Bewähren in der VUKA-Welt. Die Arbeitsschwerpunkte der AG CommTech blitzen im Übrigen ebenfalls deutlich durch.

Die Autoren haben in einem mehrstufigen Evaluationsprozess die zukünftigen Herausforderungen für die Kommunikationsbranche strukturiert und bewertet. Dies eröffnet die Möglichkeit, sich im Dschungel der drängenden Themen, die täglich auf uns einprasseln, zu orientieren und eigene Lösungsstrategien zu entwickeln. Die Studie steht kostenfrei zum [Download](#) zur Verfügung.

LIVE



Praxis-Check - Wie KI die Unternehmenskommunikation beeinflusst.

KI-Tools finden immer mehr Einzug in die Kommunikationsabteilungen. Wie können Kommunikator:innen von KI profitieren? Was sind Erfahrungsberichte und Use Cases aus der Praxis? Wie geht es mit KI in der Unternehmenskommunikation weiter?

Vier PR-Praktiker:innen geben in einem **Webinar am 18. Oktober von 10:00 bis 11:00 Uhr** einen aktuellen Einblick in Einsatzgebiete von KI-Tools und ihren Einfluss auf Abläufe, Arbeitsweisen und Skillsets der Zukunft. Im zweiten Teil des Webinars geht es insbesondere darum, wie der Einsatz von KI die Rollen in der Unternehmenskommunikation schon jetzt verändert.

Die Referent*innen:

- Lena Wouters, Senior Manager Group Communications bei Körber
- Christof Schmid, Speaker, Autor und Berater für Business Storytelling und digitale Transformation
- Stephan Zipperlen, Global Audiovisual Communications & Formats bei Covestro
- Jan L. Kleinschmidt, Head of Global Online Communications Agricultural Solutions bei BASF

[Hier anmelden](#)

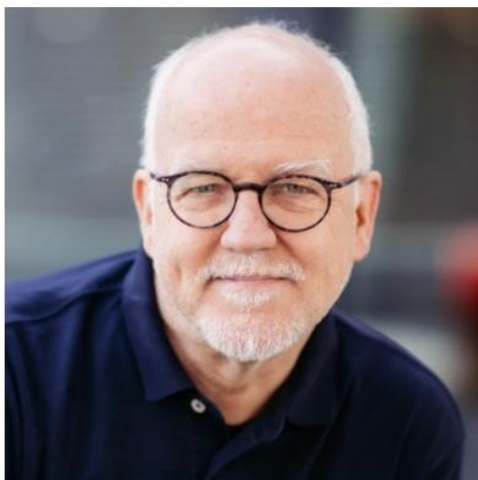


Wie messe ich den Erfolg der Nachhaltigkeitskommunikation für das Unternehmen?

Nachhaltigkeitskommunikation ist das große Zukunftsthema. 86 Prozent der Kommunikatorinnen und Kommunikatoren halten Nachhaltigkeit für ihre zukünftige Arbeit für sehr wichtig oder wichtig. In den Kommunikationsabteilungen wird also einiges vorbereitet, um die ökologische, soziale und ökonomische Verantwortung des Unternehmens zu verdeutlichen. Doch nur wenige wissen, wie die Nachhaltigkeitskommunikation für das Unternehmen wirkt. Ob die Kommunikation akzeptiert oder als Greenwashing vermutet wird. Wie sich die Nachhaltigkeitsreputation entwickelt. Welchen konkreten Wertbeitrag - in Euro - die Nachhaltigkeitskommunikation leistet. Wie das geht, zeigen in einem kostenfreien Webinar statt am **26. Oktober von 10:00 bis 11:00 Uhr**:

- Thomas Mickleit, vormals Kommunikationschef bei Microsoft Deutschland und Pionier in der digitalen Kommunikation,
- Jörg Forthmann, Geschäftsführer des IMWF.

[Hier anmelden](#)



DPRG-Landesgruppe Bayern: Feierabend-Talk

Für viele Kolleginnen und Kollegen ist CommTech DIE Herausforderung in der Unternehmenskommunikation: die digitale Transformation des Kommunikationsmanagements auf der Basis von Daten.

- Was sind die neuen Tools & Trends?
- Was verändert sich durch CommTech?
- Wie umgehen mit Daten in Data-Storytelling, Media-Analytics und Reporting?
- Wie werden Prozesse in der Kommunikation entlang der Wertschöpfungskette digitalisiert und vernetzt?
- Wie werden Kampagnen entlang der Stakeholder-Journey strukturiert und gesteuert?
- Welchen Beitrag leistet KI, wo sind ihre Grenzen?
- Was folgt daraus für Datenschutz & Medienrecht?
- Welche neuen Rollen & Skills sind wichtig im Kommunikationsmanagement?

Darüber sprechen und diskutieren wir am **Donnerstag, den 02. November um 18.00 Uhr** in einer **Online-Session** mit Thomas Mickleit (rechts). Die Moderation übernimmt Prof. Dr. Michael Bürker (links), Vorsitzender der DPRG-Landesgruppe Bayern.

Eine **Anmeldung ist bis Freitag, den 27. Oktober möglich**. Bei Interesse bitte eine E-Mail an info@agcommtech.de schreiben. Die Einwahldaten werden am Vorabend der Veranstaltung versendet. Wir freuen uns auf eine spannende Diskussion!

[Hier anmelden](#)



The banner features a dark blue background with a network of white dots and lines. The text 'CommTech Summit 2023' is prominently displayed in white, with '29. November 2023' below it in a lighter blue. A blue button with white text says 'Jetzt anmelden'. At the bottom, there are logos for Hapag-Lloyd, DPRG (Deutsche Public Relations Gesellschaft e.V.), and the Arbeitsgemeinschaft commTECH.

DPRG & AG CommTech: CommTech Summit

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](#)

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 Mickleit

thomas.mickleit@imwf.de

Klaus Treichel

klaus@treichel-kom.de

Themencluster Wirkungsmessung

Jörg Forthmann

joerg.forthmann@faktenkontor.de

Andreas Rossbach

andreas.rossbach@acronis.com

Themencluster Rollen, Skills & Führung

Annette Siragusano

annette.siragusano@ottogroup.com

Jacqueline Casini

casinij@mediamarktsaturn.com

Lena Wouters

[lena.wouters@koerber.com](mailto:lana.wouters@koerber.com)

Interessensgruppe Interne Kommunikation

Markus Fuhrmann

markus.fuhrmann@universal-investment.com

Interessensgruppe Data Analysts

N.N.

Interessensgruppe CvD

N.N.

[LinkedIn-Gruppe AG CommTech](#)

Medienpartner

Förderer



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

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