

Guten Tag,

in diesem Monat freuen wir uns auf den CommTech Summit am 29.11. in Hamburg. Für die Mitglieder der AG CommTech und die breitere CommTech Community ist es die erste Gelegenheit für ein physisches Treffen mit der Möglichkeit zu einem intensiven persönlichen Austausch. Lass es Dir nicht entgehen. [Hier](#) gibt es noch wenige Last-Minute Tickets.

In diesem Newsletter dreht sich fast alles – wen wundert es – um KI in der Kommunikation. Kleiner Spoiler auf den CommTech Index Report: 75% der Befragten sehen KI in der Kommunikation als Chance, nur sechs Prozent als eine Bedrohung. Gut also, wenn wir uns mit den Chancen beschäftigen.

Christina Rettig von Schott berichtet in einem Blog-Beitrag über ein bewährtes Workshop-Format zum Start in KI-Projekte. Jan Lukas Kleinschmidt gibt Einblicke in die Nutzung von generativer KI in der Kommunikation von BASF. Das Cluster Wirkungsmessung startet mit der Erarbeitung eines Whitepapers über die „Besten KI Tools in der Kommunikation“ und das Themen-Cluster „Stakeholder Journey“ berichtet über den Stand der Umsetzung in ein Redaktionsplanungs-Tool. Tabea Jäggle von der Hochschule Pforzheim schreibt ihre Masterarbeit über "Generative KI als Thema der internen Kommunikation" und freut sich

über [Interviewpartner*innen](#). Das nächste [Webinar](#) am 24. November gibt Antwort auf die Frage „Wie KI die Medienanalyse revolutioniert“ und wer noch aufnahmefähig ist und/oder den Wunschzettel für Weihnachten vorbereitet, bekommt weitere Lesetipps.

Viel Spaß beim Lesen

und vielleicht auf ganz demnächst in Hamburg.

Der Leitungskreis der AG CommTech

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

COMMTECH BLOG

Zur Nachahmung empfohlen: Ein Workshop-Beispiel für KI-Einführung

Die rasante Entwicklung künstlicher Intelligenz (KI) beeinflusst maßgeblich die Kommunikationsbranche. Doch wie können Teams diesen Wandel aktiv gestalten? Diese Frage in einem Workshop zu beleuchten, ist der erste Schritt. In diesem Artikel, entstanden aus einer Initiative im CommTech

Cluster Organisation, beschreiben wir ein konkretes Vorgehen anhand eines realen Beispiels aus dem Kommunikationsteam eines Pharmakonzerns.

Ein Strategieworkshop bietet Einblicke in einen realen Transformationsprozess. In einem zweitägigen Workshop tauchte ein 20-köpfiges Team aus der Pharmaindustrie in die Welt der künstlichen Intelligenz ein. Angefangen bei einer Leadership-Vision bis hin zu praktischen Anwendungsbeispielen – dieser Artikel beleuchtet die Schlüsselmomente dieses Workshops und zeigt, wie Kommunikator*innen die Zukunft aktiv mitgestalten können.

Wer Interesse hat an dem Workshop-Format und den Learnings, die sich daraus ergeben haben, kann sich an das Cluster Organisation wenden (christina.rettig@schott.com, f.rettig@radiox-innovation.de).

[Weiterlesen](#)



Interview mit Jan Lukas Kleinschmidt: Prompting is king - Wie GenAI die Unternehmenskommunikation beeinflusst

Jan Lukas Kleinschmidt hat 2020 das erste Mal von "GPT" gehört - ohne zu ahnen, welche Bedeutung diese Technologie drei Jahre später haben wird. Als Wirtschaftsinformatiker und Kommunikator verbindet er Tools, Content und Kanäle. Derzeit ist er bei BASF Agricultural Solutions für die globale Online-Kommunikation verantwortlich. Seit Januar 2023 ist er aktiv im Themencluster Technologie der AG Comtech tätig.

Christof Schmid hat mit ihm über die bisherigen Erfahrungen zum Einsatz von GenAI in der Unternehmenskommunikation gesprochen.

Welche Rolle spielt GenAI bei BASF und wie geht ihr mit der Integration von KI-Tools in die Unternehmens-IT um?

BASF entwickelt und nutzt Machine Learning bereits seit mehr als zehn Jahren in vielen Bereichen wie Produktion, Technik, Forschung und Entwicklung. Derzeit werden erste Generative AI Piloten im Unternehmen ausgerollt - ein Beispiel ist chatBASF. Der GPT-basierte Chatbot wird in einer sicheren Cloud-Umgebung allen Mitarbeitenden zur Verfügung gestellt. Zusätzlich bietet BASF Trainings über die "Data and AI Academy" an. Mit diesen Angeboten können Mitarbeitende die Vorteile und Grenzen von KI-Lösungen verstehen sowie die Interpretation von Ergebnissen lernen.

Was sind Deine bisherigen Erfahrungen in der Anwendung als Kommunikator?

Seit einem halben Jahr nutze ich nahezu täglich ein GenAI-Tool. Die ersten Monate waren eher explorativ und kamen mit einer steilen Lernkurve. Grundsätzlich kann GenAI die gesamte Content-Wertschöpfung von Recherche bis kanalspezifischer Kreation abdecken. Aktuell gibt es hunderte Tools, die jeden einzelnen Arbeitsschritt unterstützen können. Aus meiner Sicht zeichnet sich jetzt ein Wandel weg vom Hype hin zum nüchternen Pragmatismus ab: An welchen Stellen kann die Technologie wirklich zu besseren Ergebnissen führen? Für mich sind das vor allem zeitaufwendige Aufgaben ohne hohen kreativen Anspruch, z.B. Zusammenfassungen, Erstellung von Briefings oder standardisierte Antworten.

[Weiterlesen](#)

MASCHINENRAUM

Themencluster Wirkungsmessung Welche KI-Tools sind für Kommunikationsabteilungen die besten?

Wenn es um die Effekte von künstlicher Intelligenz (KI) in der Kommunikation geht, überschlagen sich die Auguren: Da werde Effizienzsteigerungen von 30 Prozent gesehen. Neue Rollen und Kompetenzen werden skizziert. Große Unternehmensberater sehen gar, Kommunikation und Marketing – neben Sales – ganz weit vorne als Nutznießer der KI. So gesehen, müssten Kommunikatoren und Kommunikatorinnen die Pioniere im KI-Einsatz in den Unternehmen sein. Tatsächlich ist das gar nicht so einfach. Jeden Tag erscheinen neue KI-Tools und -Anwendungen auf dem Markt. Man ist geradezu Getriebener der rasanten Entwicklung.

Deshalb haben wir die Initiative „Nützliche KI-Tools für Kommunikationsabteilungen“ angestoßen – die sogleich auf extrem großes Interesse getroffen ist. 30 Kolleginnen und Kollegen haben sich in dieser Initiative zusammen geschlossen, um nicht nur zu gucken, welche KI-Tools es für Kommunikationsabteilungen gibt. Unser Anspruch ist, Empfehlungen für einzelne Tools auszusprechen. Wichtige Aspekte zu beleuchten, was beim KI-Einsatz nötig ist. Und wertvolle Tipps für den konkreten Einsatz von KI-Tools zu geben.

Bis Ende November wollen wir ein außerordentlich hilfreiches Whitepaper erstellen, das klare Orientierung im Tool-Dschungel gibt und den Einstieg in KI-Nutzung deutlich erleichtert. Wenn Ihr Euch an der Initiative beteiligen wollt, ist es nicht zu spät. Einfach kurz ein Signal an Joerg.Forthmann@IMWF.de schicken.

Themencluster Stakeholder Journey Auf dem Weg zu neuer Weisheit

Wie verändert sich unsere Sicht auf eine Kampagnenplanung, wenn wir plötzlich anfangen, den Kontakt zu unseren Stakeholdern als Journey zu betrachten und alle Kampagnen darauf ausrichten, Stakeholder zur Kooperation (in welcher Form auch immer) zu motivieren?

Die Arbeitsgruppe des Themenclusters hat es sich zum Ziel gesetzt, das Konzept der Stakeholder Journey zu validieren und auf seine Praxistauglichkeit zu testen.

Mithilfe der Content Operations-Software Scompiler haben die Mitglieder zunächst eigene Journeys erstellt. Nach einer Verdichtung der definierten Datenpunkte und Festhalten der Erkenntnisse aus diesem Arbeitsschritt ist die Gruppe nun dabei, für eine der erstellten Journeys Content maßzuschneidern für die jeweilige Journey-Phase und Zielgruppe.

Die Erkenntnisse aus dieser Arbeit werden in Form eines Whitepapers und eines Webinars zur Verfügung gestellt.

Studie „Generative KI als Thema der internen Kommunikation“

Interviewpartner*innen gesucht

Wie lässt sich interne Kommunikation über Generative KI beschreiben und welche Rolle spielt interne Kommunikation dabei, interne Zielgruppen zur Nutzung von Generativen KI-Tools zu befähigen?

Diese Fragen möchte ich, Tabea Jäggle, im Rahmen meiner Masterthesis beantworten. Ziel ist zum einen, das noch neue Handlungsfeld abzustecken, zum anderen die Bedeutung von interner Kommunikation im Zusammenhang mit dem Trendthema Generative KI herauszuarbeiten.

Hierfür brauche ich Ihre Expertise. Gesucht werden Interviewpartner*innen, die:

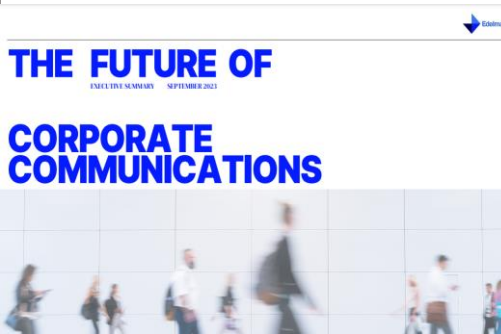
- (erste) Erfahrungen mit unternehmensinterner Kommunikation über Generative KI gesammelt haben (z. B. Intranet-Beitrag, Info-Mails oder Guidelines zur korrekten Nutzung von ChatGPT)
- (interne) Kommunikation in Unternehmen verantworten, aber auch weitere Blickwinkel sind von Interesse (Innovationsabteilung, Product-Owner, IT etc.)

Gerne stelle ich der AG CommTech im Nachgang ein Executive Summary der Studienergebnisse zur Verfügung.

Sie haben Interesse Ihr Wissen zu teilen oder haben einen passenden Kontakt in Ihrem Netzwerk? Dann hinterlassen Sie mir gerne Ihre E-Mail Adresse unter folgendem Link: <https://forms.office.com/e/PhhCj5uFib>. Vielen Dank für Ihre Unterstützung!

Kontakt: Tabea Jägler, Master
Corporate Communication
Management, Hochschule Pforzheim,
Mail: jaegleta@hs-pforzheim.de

AUFGELESEN



Edelman: The Future of Corporate Communications

Die Studie "Future of Corporate Communications" von Edelman untersucht den aktuellen Stand, die Entwicklung und die Zukunftsorientierung der Unternehmenskommunikation in der heutigen Multi-Stakeholder-Welt. Hierfür wurden eine Umfrage unter 218 Kommunikationsverantwortlichen auf C-Level oder in der obersten Führungsebene von Fortune 500- und Forbes Global 1000-Unternehmen befragt sowie 20 qualitative Interviews durchgeführt.

Eine Erkenntnis der Untersuchung: Die Zeiten, in denen Kommunikationsleistungen ausschließlich anhand von Medieneindrücken und Stimmungen gemessen wurden, sind vorbei. Kommunikationsverantwortliche sind daher gut beraten, den messbaren Wert der Kommunikation zu definieren und den Fortschritt anhand von Benchmarks und Zielen nachzuweisen. Zudem wird deutlich, dass Kommunikationsverantwortliche eine vertrauenswürdige Wissensquelle sein können, die Klarheit, größere Gewissheit und Vorhersagekraft für strategische Entscheidungen schafft - vorausgesetzt, es liegen verwertbare Daten vor. Hierbei ist u.a. auch das organisatorische Setup von Communications relevant für den Einfluss auf strategische Entscheidungen. Kommunikatoren, die eine zentralisierte Funktion leiten, haben einen ganzheitlicheren Blick auf das Unternehmen und sind damit näher an der Strategie. Dies ermöglicht die unternehmensweite und effektivere Nutzung von Daten. Eine positive Entwicklung: Heute investieren 44% der Kommunikationsverantwortlichen mehr in CommTech als im letzten Jahr und arbeiten daran, Daten, Analysen, Tools und Technologien weiter in die täglichen Abläufe zu integrieren und die Kommunikationsergebnisse zu verbessern. Dabei werden künstliche Intelligenz und andere bahnbrechende Technologien als einer der fünf wichtigsten Faktoren genannt, welche die heutige Kommunikationsagenda bestimmen. Die gesamte [Studie](#) steht kostenfrei zur Verfügung.

Nicole Pfeffermann
Monika Schaller *Editors*

New Leadership Communication — Inspire Your Horizon

Pfeffermann & Schaller: New Leadership Communication

Communication is the most important skill any leader can possess. - Richard Branson

Die Welt hat sich durch digitale Technologien und Nachhaltigkeitsbestreben stark verändert und damit auch die Art wie wir interaktiv und vernetzt führen, kommunizieren und gestalten. Der internationale Sammelband "New Leadership Communication", herausgegeben von Nicole Pfeffermann und Monika Schaller, ist für Führungskräfte, die mehr über effektive Leadership-Kommunikation, Veränderungen in der Kommunikation und ein Umdenken im digitalen Zeitalter erfahren möchten.

In der klassischen Sichtweise ist die Führungskommunikation Teil der Managementkommunikation, was bedeutet, dass Führungskräfte in erster Linie Instrumente einsetzen, die sich auf Teams, Präsentationen und Verhandlungen konzentrieren. In der modernen Sichtweise umfasst die neue Führungskommunikation jedoch auch soziale Medien und Innovationskommunikation. Im Sammelband werden daher die Grundregeln für eine effektive Führungskommunikation und Schlüsselthemen wie virtuelle Kommunikation, Innovation und Führung sowie Kommunikationsmodellinnovation vertieft. Zudem werden neue Themen, Insights und neue Perspektiven aus Sicht der Kommunikation und Innovation beschrieben und interessante Einblicke in die Praxis gegeben. Wer mehr erfahren möchte, kann den Band [hier](#) erwerben.

Neu in der AG CommTech Klaus Schlee

Klaus Schlee ist Bereichsleiter Vorstandsstab und Kommunikation bei der Nassauischen Sparkasse in Wiesbaden, einer der größten Sparkassen Deutschlands. In dieser Funktion verantwortet er u.a. die interne Kommunikation, den Social Media Auftritt und die Pressearbeit des Hauses. Daneben engagiert er sich als Vorstandsmitglied im Presseclub Wiesbaden.

Warum bist du Mitglied in der AG CommTech geworden?

Ich bin überzeugt, dass die Digitalisierung mit all ihren Chancen und Möglichkeiten die Kommunikation künftig noch stärker als bisher beeinflussen wird. Bereits heute ist es, aufgrund der Vielzahl neuer Kanäle bei gleichzeitigem Überangebot von Botschaften schwierig, mit eigenen Themen

durchzudringen. Die herkömmlichen Prozesse und Verfahren bieten keine zufrieden stellenden Ergebnisse mehr. Hier braucht es neue Wege zur Erstellung, Steuerung und Messung von Kommunikation. Von der Mitgliedschaft in der AG CommTech erhoffe ich mir neue Impulse und Diskussionen mit Gleichgesinnten. Denn auch aus Fehlern anderer können wir lernen.

Wie bist du auf die AG CommTech aufmerksam geworden?

Wer sich mit Themen wie Newsroom, integrierter Kommunikation oder Reputationsmessung und -steuerung befasst, kommt an der AG CommTech kaum vorbei.

Was denkst du: Woran liegt es, dass viele Kommunikationsverantwortliche die notwendigen Schritte zur Digitalisierung bisher nicht gehen?

Ich glaube, dass viele Kommunikationsverantwortliche die grundsätzliche Bedeutung der Digitalisierung auch in ihrem Themenfeld erkennen, von aktuellen den Lösungsansätzen für ihr Unternehmen aber noch nicht überzeugt sind. Viele Dinge sind ja im Fluss oder entwickeln sich gerade. M.E. ist es aber entscheidend, einen ersten Schritt zu machen. Das erfordert natürlich eine innere Überzeugung und auch etwas Mut. Entscheidend ist dabei auch ein veränderter Blick auf eine ganzheitliche Kommunikation im Interesse des Unternehmens – man könnte auch sagen die Bereitschaft, das eigene Silo zu verlassen. Das erfordert oftmals einen gewissen Leidensdruck. Dieser ist vielleicht noch nicht überall ausgeprägt.

Was denkst du: Welche Chancen bietet der Einsatz von KI für das Kommunikationsmanagement?

Die größten Chancen von KI sehe ich in einer verbesserten Effizienz a) bei der Erstellung von Content und b) bei der Messung von Content. Moderne KI Systeme erkennen fast in Echtzeit, wo im Netz mit welcher Tonalität über mein Unternehmen gesprochen wird. Dies gibt mir erst die Möglichkeit, zeitnah kommunikativ zu reagieren. Bei der Contenterstellung durch KI denke ich nicht nur an die Erstellung von PR Texten, Bildern oder Ähnliches. Es gibt schon heute Systeme, die bei der individuellen Beantwortung von Kundenbewertungen im Netz in unterschiedlichen Tonalitäten helfen. Hier können zum Teil erhebliche Effizienzgewinne realisiert werden. Ich kann mir auch vorstellen, dass Kampagnen künftig durch eine KI individualisiert und automatisiert an Kundinnen und Kunden ausgespielt werden. Ich bin mir sicher, dass wir in den nächsten Jahren auf diesem Feld viele Innovationen sehen werden.

So nutzen Kommunikationsprofis KI



KI-Enthüllungen: Wie künstliche Intelligenz die Medienanalyse revolutioniert

Der Einsatz von künstlicher Intelligenz ist DAS große Thema in der Kommunikationsbranche. Gute Anwendungsfälle sind jedoch noch selten – außer in der Medienanalyse. In der Medienanalyse kann die KI menschliche Codierer ersetzen und wesentlich umfangreichere Analysen liefern als es bisher mit den traditionellen Clippingdiensten und Social-Media-Monitoringdiensten möglich war. Dadurch können Kommunikationsabteilungen deutlich überzeugender ihre Erfolge nachweisen und ihre tägliche Kommunikationsarbeit optimieren. Wie das geht, zeigen in einem kostenfreien Webinar am **24. November von 10:00 bis 11:00 Uhr**:

- Prof. Dr. Ulrich Bihler von der Universität Hohenheim,
- 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](#)

Hapag-Lloyd

DPRG Deutsche Public Relations Gesellschaft e.V.

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

jacqueline.casini@dlh.de

Lena Wouters

lena.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](#)