

# AG COMMTECH

**Guten Tag \*|FIRST\_NAME|\*\*|LAST\_NAME|\*,**

wir wünschen zunächst einen fröhlichen Nikolaus! Die AG CommTech und die DPRG haben gemeinsam den Status der Digitalisierung von Kommunikationsabteilungen und Agenturen vermessen und jetzt den ersten CommTech Index Report veröffentlicht. Der ermittelte Indexwert über alle Befragten beträgt 45 von 100 Punkten. Es gibt also „Luft nach oben“, wie DPRG-Präsident Nils Haupt feststellte. Wer mehr zu den Barrieren der Digitalisierung erfahren will und was die erfolgreiche Pioniere besser machen, kann den vollständigen Report [hier](#) herunterladen und am 12.12. an einem [Webinar](#) teilnehmen, wo der Report ausführlich vorgestellt wird. In dieser Ausgabe des Newsletters erwarten Euch Insights rund um CommTech, u.a.: Thomas Mickleit ordnet die gerade veröffentlichten KI-Richtlinien des Deutschen Rats für Public Relations (DRPR) ein. Im Interview mit Prof. Dr. Ulrich Bihler von der Uni Hohenheim beleuchten wir den Nutzen von KI in der Medienanalyse. Aus dem Themen-Cluster Wirkungsmessung kommt ein neues Whitepaper zu nützlichen KI-Tools. Wir werfen einen Blick zurück auf den ersten CommTech Summit, der am 29.11. in Hamburg stattfand. Außerdem gibt es wieder nützliche Lesetipps und die Einladung zu weiteren [Webinaren](#), die in keinem Kalender fehlen dürfen.

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*



## Auf der Suche nach dem richtigen Umgang mit KI

### Der Deutsche Rat für Public Relations (DRPR) verabschiedet Richtlinie

Es ist ein ehrenwertes Anliegen des DRPR, PR-Schaffenden verbindliche Regeln für den Umgang mit KI mitzugeben. Er steht damit auch nicht allein. In vielen nationalen Regierungen, der EU und internationalen Organisationen wird darüber gebrütet oder bereits konkret geregelt, wie Künstliche Intelligenz an die Leine gelegt werden soll. Unterschieden wird dabei zwischen Verpflichtungen, die dem Plattformanbieter (wie z.B. OpenAI) obliegen und Regeln, die die Anwender – also uns -betreffen. Der DRPR tut also, was in seiner Möglichkeit liegt, und sagt uns verkürzt, dass was sonst gilt, gilt auch im Umgang mit Künstlicher Intelligenz: Sei transparent und wahrhaftig.

Die Transparenz wird durch ein Kennzeichnungsgebot hergestellt, soweit der von KI erstellte Inhalt ungeprüft veröffentlicht wird. Damit ist der Unsinn vom Tisch, jeden mit Hilfe von KI erstellten Inhalt zu kennzeichnen. Diese Forderung wird gelegentlich erhoben und weist in die falsche Richtung. Mit gleichem Recht könnte verlangt werden, jede Nutzung von Quellen und Hilfsmitteln kennzeichnungspflichtig zu machen, etwa so: „Dieser Beitrag wurde mit Hilfe von Wikipedia und Microsoft Word Autokorrektur“ erstellt. Offensichtlich absurd. Deshalb ist es gut, dass der DRPR an dieser Stelle Klarheit schafft.



## Interview mit Prof. Dr. Ulrich Bihler: KI in der Medienanalyse

Prof. Dr. Ulrich Bihler ist Honorarprofessor für Kommunikationswissenschaft an der Universität Hohenheim und Strategy Advisor/Data Analyst im Communications Corporate Content House der Audi Kommunikation. Zudem ist er freiberuflich im Praxis-Beirat der Österreichischen Gesellschaft für Kommunikation und Reputation tätig. Im Interview mit der AG CommTech spricht er über KI in der Medienanalyse.

**AG CommTech:** Nur 20% der Kommunikationsverantwortlichen setzen auf KI in der Medien-Analyse. Warum sollten es alle tun?

**Ulrich Bihler:** Wer Unternehmenskommunikation künftig erfolgreich steuern will, kommt meines Erachtens gar nicht an Medienanalysen und der KI vorbei. Es gibt eine Fülle von Argumenten, aber das Wichtigste pro KI-Medienanalyse ist für mich: Unternehmen müssen künftig noch effizienter kommunizieren, noch mehr Qualität dabei generieren, um das alles entscheidende Ziel zu erreichen: nicht nur maximale Aufmerksamkeit, sondern auch maximal mögliche Kommunikationswirkung bei den Stakeholdern. Kommunikationswirkung ist m.E. künftig der entscheidende Marker, woran sich bemisst, ob die Kommunikation erfolgreich ist oder nicht. All das ist ausschließlich mit KI(-Medienanalysen) mess-, leist- und machbar!

**AG CommTech:** Wo kommt KI in der Medienanalyse konkret zum Einsatz?

**Ulrich Bihler:** Wir sind schon unterwegs, aber stecken doch noch in den Kinderschuhen: Zum Beispiel bringen automatisierte Inhaltsanalysen Trends, Stimmungen und Meinungen zu Tage. Falsche oder irreführende Informationen in den Medien lassen sich mit KI bereits einigermaßen identifizieren. Und KI verbessert bereits in einigen Unternehmen die Medieninhalte durch automatisierte Analysen von Benutzerfeedback und

Engagement-Daten. Was grundsätzlich gut ist: Immer mehr experimentieren damit.

[Weiterlesen](#)

MASCHINENRAUM

## Themencluster Wirkungsmessung

### Nützliche KI-Tools für Kommunikationsabteilungen

Es vergeht keine Woche, ohne dass es nicht irgendein neues KI-Tool für die Kommunikationsbranche oder einen neuen Durchbruch in der KI-Technologieentwicklung gibt. Da fällt es schwer, den Überblick zu bewahren – und den Einstieg in die KI-Welt zu finden. 30 (!) Kolleginnen und Kollegen haben in den letzten Wochen in einer Initiative der AG CommTech intensiv an dem Whitepaper „Nützliche KI-Tools für Kommunikationsabteilungen“ gearbeitet. Dieses Whitepaper liefert für unterschiedlichste Einsatzbereiche detaillierte Übersichten über hilfreiche Tools. Klar ist auch, dass dieses Whitepaper ob der galoppierenden KI-Entwicklung schnell veraltet. Aktuell ist es jedoch eine tolle Hilfe, um sich schnell in der KI-Landschaft zu orientieren und schneller Erfolge mit KI zu erzielen. Das Whitepaper könnt Ihr hier downloaden: <https://agcommtech.de/download-bereich/>



## Recap CommTech Summit 2023

### Digitalisierung steht hoch auf der Agenda

Dass der erste CommTech Summit am 29.11. in Hamburg in den ehrwürdigen Hallen von Gastgeber Hapag-Lloyd „ausverkauft“ war und etliche Kolleginnen und Kollegen auf das nächste Jahr vertröstet werden mussten, zeigt: CommTech und die Digitalisierung der Unternehmenskommunikation steht hoch auf der Agenda. PR-Verantwortliche, die ihre

Kommunikationsabteilungen zukunftsfit machen wollen, suchten in Hamburg nach Antworten und fanden sie auch. Ein dichtes Programm vermittelte in unterschiedlichsten Formaten, vom Vortrag bis zum Workshop, Erkenntnisse für den eigenen Digitalisierungspfad -oder besser Digitalisierungs-Autobahn, wie Nils Haupt und Thomas Mickleit im Vorwort des auf dem Summit exklusiv vorgestellten CommTech Index Report die Aufgaben für Kommunikationsverantwortliche skizzieren. Weitere Highlights waren die Keynotes bzw. Vorträge von Jan Hieserich, Strategie- und Kommunikationschef von Palantir, Dr. Jan Müller, Kommunikationschef von SwissRe sowie Prof. Dr. Uwe Seebacher von der Hochschule München. Eine gute inhaltliche Zusammenfassung hat Christian Henne vom Munich Digital Institute in der [CommTech LinkedIn Gruppe](#) gepostet.

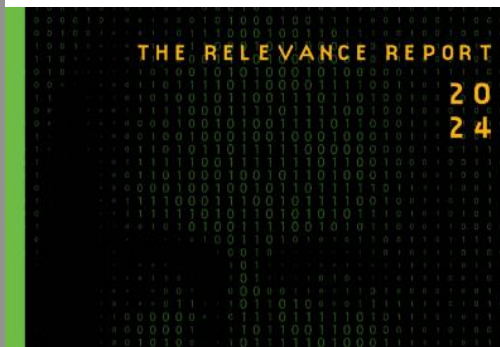
#### AUFGELESEN



## RYZE ARD/ZDF: Onlinestudie 2023

In der Onlinestudie von ARD und ZDF wurden 2.000 Personen in einem Zeitraum vom 05. März bis 09. April 2023 befragt. Die Methodik umfasste eine Zufallsstichprobe nach ADM-Grundlagen, bestehend aus einer Telefonstichprobe (60%) und einer Online-Stichprobe (40%). Die Studie bietet nicht nur Einblicke in die aktuellen Nutzungsmuster, sondern auch wertvolle Informationen für Unternehmen und Medienplattformen, um die Bedürfnisse der digitalen Verbraucher besser zu verstehen und ihre Angebote entsprechend anzupassen

Die Ergebnisse zeigen, dass 95 Prozent der deutschsprachigen Bevölkerung ab 14 Jahren das Internet nutzen. Die Internet-Tagesreichweite bleibt stabil bei 80 Prozent, wobei nahezu alle unter 50-Jährigen täglich online sind. Hingegen beträgt dies bei den über 70-Jährigen nur 46 Prozent. Bei der medialen Internetnutzung führt Bewegtbild mit 50 Prozent, gefolgt von Audio (37%) und Text (36%). Die durchschnittliche Nutzungsdauer des medialen Internets liegt bei 139 Minuten. Interessanterweise hat die Audio-Nutzung im Internet eine Plateau-Phase erreicht. Podcasts und Livestreams von Radioprogrammen werden jeweils von rund 30 Prozent täglich oder wöchentlich genutzt, während Musikstreaming-Dienste von 41 Prozent regelmäßig verwendet werden. Hierbei ist Spotify mit 30 Prozent klarer Marktführer. Im Social-Media-Bereich hat Instagram mit 35 Prozent täglicher oder wöchentlicher Nutzung Facebook (32%) von der Spitze verdrängt. TikTok (15%), Snapchat (13%) und Pinterest (11%) folgen, wobei Instagram weiterhin die klare Führung behält. Die vollständige [Studie](#) steht kostenfrei zur Verfügung.



## USC Annenberg: The Relevance Report 2024

Der jährliche Relevance Report des USC Center for Public Relations identifiziert aufkommende Fragen und prognostiziert Themen und Trends, die sich im kommenden Jahr auf Gesellschaft, Wirtschaft und Kommunikation auswirken werden. Der Report 2024 enthält fast 40 Beiträge von führenden Vertretern der PR-Branche sowie von Wissenschaftlern und Studenten der USC. Während im Report in der Vergangenheit eine Vielzahl an Themen behandelt wurden, fokussiert der diesjährige 8. Report sich ausschließlich auf das Thema KI, um zu verstehen, wie die Technologie die Zukunft der Kommunikationsbranche beeinflussen wird.

Ein zentrales Ergebnis des Reports: Während im Jahr 2019 nur 18% der PR-Profis glaubten, dass KI in Zukunft ein wichtiger Bestandteil ihres Geschäfts sein wird, waren es dieses Jahr ganze 80%. Mit der zunehmenden Verbreitung von KI in der Kommunikationsbranche ergeben sich jedoch Herausforderungen in Bezug auf Genauigkeit, Sicherheit, Transparenz, Eigentum und Privatsphäre. Diese Fragen müssen geklärt werden, um einen verantwortungsvollen und ethischen Einsatz von KI zu gewährleisten. Der Bericht zeigt aber auch, dass die Erfahrungen, die durch die Integration von KI in die Kommunikation gewonnen werden, einen tiefgreifenden Einfluss auf die Effizienz, Kreativität und Effektivität von PR-Fachleuten haben werden. Wer mehr erfahren möchte, findet den Report kostenfrei zum [Download](#).

LIVE



## Der CommTech Index Report – Der Wegweiser zur Digitalisierung in der Unternehmenskommunikation

Die Digitalisierung der Stakeholder-Kommunikation und Kommunikationsinfrastruktur ist ein zentrales Thema, das die

Kommunikationsbranche bewegt. Nachdem der „Global CommTech Report“ 2023 erste Einblicke in die verwendeten Tools der Kommunikationsabteilungen bot, gehen wir mit dem CommTech Index Report einen Schritt weiter.

In unserem exklusiven Webinar am **12. Dezember von 10:00 bis 11:00 Uhr** präsentieren wir den CommTech Index Report – eine umfassende Analyse, die den aktuellen Digitalisierungsstand der Unternehmenskommunikation in Deutschland aufzeigt. Entdecke, wie weit die Branche auf dem Weg der Digitalisierung fortgeschritten ist und welche Trends und Technologien die Zukunft prägen werden. Mit dabei sind:

- Alexandra Groß, CEO bei Fink & Fuchs und Präsidentin der GPRA,
- Jörg Forthmann, Geschäftsführer des IMWF und Co-Gründer der AG CommTech,
- Maurice Stöver, Sales Manager bei Caliber,
- Thomas Mickleit, Gründer der AG CommTech.

[Hier anmelden](#)



## Hype oder Megatrend – wie groß sind die Auswirkungen von KI auf die Kommunikation wirklich?

Wie stark sind die Auswirkungen der künstlichen Intelligenz auf die Kommunikationsarbeit wirklich? Auf diese Frage antworten

- Andreas Rossbach, Team Lead Corporate Communications Europe & Israel bei Acronis,
- Prof. Lothar Rolke, bekannt durch seine Arbeit an der University of Applied Science Mainz, und
- Jörg Forthmann, Geschäftsführer des IMWF

am **14. Dezember von 10:00 bis 11:00 Uhr** auf der Basis einer umfangreichen Befragung von Kommunikatorinnen und Kommunikatoren für die Studie "Impact Map 2023 - die größten Herausforderungen für die Kommunikation".

[Hier anmelden](#)



## PR und künstliche Intelligenz: Chancen und Herausforderungen bei der Nutzung von KI in der PR

Künstliche Intelligenz ist auf dem Vormarsch und wird auch in der PR-Branche immer wichtiger. In unserem Webinar erfahrt Ihr, welche Chancen und Herausforderungen die Nutzung von KI in der PR mit sich bringt. Wir diskutieren, wie KI die PR-Arbeit verändern kann und welche Fähigkeiten und Kenntnisse PR-Profis benötigen, um KI effektiv zu nutzen. Wie die Zukunft der PR mit KI aussehen kann, erfahrt Ihr am **Freitag, den 08. Dezember von 12.00 bis 13.00 Uhr**.

Dabei zeigen **Dr. Roland Heintze**, Managing Partner und Experte für Reputationsmanagement und Krisenkommunikation bei PER, und **Thomas Mickleit**, Leiter der AG CommTech, wie die Nutzung von KI in der PR in der Zukunft aussehen kann.

Interessiert? Hier geht es zur Anmeldung:



[Hier anmelden](#)



## Der CommTech Index Report – Der Wegweiser zur Digitalisierung in der Unternehmenskommunikation

Die Digitalisierung der Stakeholder-Kommunikation und Kommunikationsinfrastruktur ist ein zentrales Thema, das die Kommunikationsbranche bewegt. Nachdem der „Global CommTech Report“ 2023 erste Einblicke in die verwendeten Tools der Kommunikationsabteilungen bot, gehen wir mit dem CommTech Index Report einen Schritt weiter.

In unserem exklusiven Webinar präsentieren wir den CommTech Index Report – eine umfassende Analyse, die den aktuellen Digitalisierungsstand der Unternehmenskommunikation in Deutschland aufzeigt. Entdeckt, wie weit die Branche auf dem Weg der Digitalisierung fortgeschritten ist und welche Trends und Technologien die Zukunft prägen werden.

### Highlights:

**Tiefgehende Analysen:** Einstellungen und Herausforderungen in Bezug auf Technologien wie KI, Bots und Metaverse.

**Einflussfaktoren:** Wie Unternehmens- und Agenturgröße die Technologieadaption beeinflussen.

**Investitionsziele und Barrieren:** Welche Technologien stehen im Fokus und welche Hindernisse müssen überwunden werden?

**Folgende Referentinnen und Referenten erwarten Euch am 12. Dezember von 10:00 bis 11:00 Uhr:**

- Alexandra Groß, Präsidentin der GPRA,
- Thomas Mickleit, Leiter der AG CommTech
- Jörg Forthmann, Geschäftsführer des IMWF
- Maurice Stöver, Sales-Manager Caliber

[Hier anmelden](#)

## MITMACHEN

### Themencluster Organisation

**Christina Rettig**

[christina.rettig@schott.com](mailto:christina.rettig@schott.com)

**Oliver Lönker**

[oliver.loenker@siemens-healthineers.com](mailto:oliver.loenker@siemens-healthineers.com)

---

### Themencluster Technologie

**Richard Tigges**

[richard.tigges@audi.de](mailto:richard.tigges@audi.de)

**Christof Schmid**

[cschmid@christofschmid.com](mailto:cschmid@christofschmid.com)

---

### Themencluster Stakeholder Journey

**Thomas Mickleit**

[thomas.mickleit@imwf.de](mailto:thomas.mickleit@imwf.de)

**Klaus Treichel**

[klaus@treichel-kom.de](mailto:klaus@treichel-kom.de)

---

### Themencluster Wirkungsmessung

**Jörg Forthmann**

[joerg.forthmann@faktenkontor.de](mailto:joerg.forthmann@faktenkontor.de)

**Andreas Rossbach**

[andreas.rossbach@acronis.com](mailto:andreas.rossbach@acronis.com)

---

### Themencluster Rollen, Skills & Führung

**Annette Siragusano**

[annette.siragusano@ottogroup.com](mailto:annette.siragusano@ottogroup.com)

**Jacqueline Casini**

[jacqueline.casini@dlh.de](mailto:jacqueline.casini@dlh.de)

**Lena Wouters**

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

---

### Interessensgruppe Interne Kommunikation

**Markus Fuhrmann**

[markus.fuhrmann@universal-investment.com](mailto:markus.fuhrmann@universal-investment.com)

---

## Interessensgruppe Data Analysts

N.N.

---

## Interessensgruppe CvD

N.N.

[LinkedIn-Gruppe AG CommTech](#)

**Medienpartner**



**Förderer**



Falckenhorst Group  
EXCELLENCE  
CREATES VALUE



YESSPRESS®

