

AG COMMTECH

Guten Tag,

Happy New Year! Wir wünschen Dir ein gesundes und erfolgreiches Jahr 2024! Wer hätte vor einem Jahr ahnen können, welchen Schub die Digitalisierung von Aufgaben in der Kommunikation durch Künstliche Intelligenz nehmen würde. Inzwischen wissen wir, für alle Gewerke eröffnen sich neue Chancen. Der EU geht es in ihrem AI Act mehr um die Begrenzung der Risiken. Wie eine Balance zwischen Regulierung und Förderung gefunden werden kann, beleuchtet Andreas Rossbach in seinem Blogbeitrag. Mit Reinhard Karger vom Deutschen Forschungszentrum für Künstliche Intelligenz sprechen wir über das, was noch kommt. Aus dem Maschinenraum der AG CommTech hören wir über neue Initiativen und laden Euch ein, aktiv mitzuwirken. Stoff zur Erhellung bieten unsere aktuellen Lesetipps. Wer am 17. Januar in Hamburg ist, findet den persönlichen Austausch bei einem AG CommTech Regionaltreffen und am 24. Januar wenden wir uns in einem [Webinar](#) der Frage zu, wie man den Erfolg der Kommunikationsarbeit stichhaltig nachweist. 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, Lena Wouters



EU AI Act: Zwischen Überregulierung und Risikominimierung

Der Einsatz von KI in der Kommunikation und im Marketing bietet viele Chancen, aber auch Risiken. Was die politische Einigung zum AI Act bedeutet und worüber Kommunikatorinnen und Kommunikatoren nachdenken sollten - dazu hat sich AG CommTech Leitungskreis-Mitglied Andreas Rossbach Gedanken gemacht.

[Weiterlesen](#)

GEFRAGT



Interview mit Reinhard Karger: Wir sind bei KI nicht an der Spitze eines Hypes, sondern am Anfang einer Entwicklung

Mit Reinhard Karger, Sprecher des Deutschen Forschungszentrums für Künstliche Intelligenz (DFKI), Technik-Historiker seines Zeichens, sprechen wir über die bahnbrechende Rolle von Künstlicher Intelligenz, insbesondere der Large Language Models (LLMs), und ihre Parallelen zu geschichtsträchtigen Erfindungen wie der Dampfmaschine und dem Internet.

Dieses Gespräch geht über die bloße Technik hinaus und erforscht die vielfältigen Möglichkeiten, die KI in der Unternehmenskommunikation und darüber hinaus bietet. Es hebt die transformative Kraft von KI hervor, die nicht

nur in der Automatisierung von Prozessen liegt, sondern auch in der Potenzialentfaltung für Bildung und soziale Gerechtigkeit.

Die Vision für die Zukunft ist klar: KI als Katalysator für eine wissenschaftsbasierte Gesellschaft, in der Wissen und Innovation Hand in Hand gehen. Ein Gespräch, das nicht nur informiert, sondern auch inspiriert und zum Nachdenken anregt. Ein Muss für jeden, der sich für die Schnittstelle zwischen Technologie, Gesellschaft und Zukunft interessiert.

[Weiterlesen](#)

MASCHINENRAUM

Themencenter Organisation

Neue Prompting-Schulung

Generative KI macht vielen Kommunikationsabteilungen Hoffnung auf schlankere organisatorische Abläufe – wenn man sie denn beherrscht. Aus diesem Antrieb heraus ist im Cluster Organisation eine Prompting-Schulung entstanden, die Teilnehmende des CommTech Summits in einem Workshop erstmals ausprobierten.

Die wichtigste Frage dabei war: Warum sollte ich prompten können? Denn bestehende Tools und IT-Umgebungen werden ganz intuitiv KI-Funktionen integrieren, für die es künftig keine besonderen Bedienfähigkeiten mehr braucht. Dennoch sind Grundkenntnisse wichtig, weil sie helfen zu verstehen, warum die KI ein bestimmtes Ergebnis auswirft, und wie sich dieses optimieren lässt.

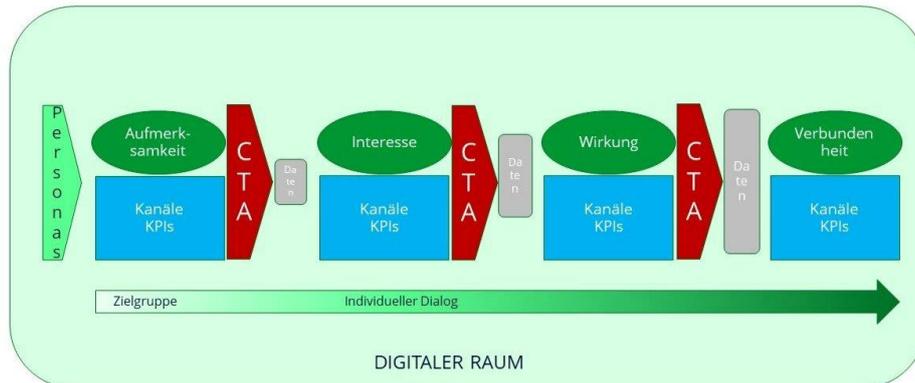
Hier die Inhalte der Schulung im Überblick:

- **Eine KI erkennt Muster:** Auch wenn es sich manchmal so anfühlt, sind Large Language Models (LLM) wie ChatGPT keine Wissensdatenbanken. Sie generieren „lediglich“ wahrscheinliche Wortabfolgen anhand statistischer Modelle.
- **Chain Prompting bringt stabilere Ergebnisse:** Eine hilfreiche Herangehensweise ist, sich ChatGPT wie eine*n sehr talentierten Werksstudierenden vorzustellen – erfreut über jede neue Aufgabe, aber mit hohem Infobedürfnis. Schrittweise Anweisungen (sogenannte Chain Prompts oder Guided Prompts), bei denen das LLM zunächst mit Kontext gefüttert wird, erzielen daher bessere Ergebnisse.
- **LLMs können bei (fast) allem helfen:** Klassische Kommunikationsaufgaben wie „Schreibe eine Pressemeldung“ sind naheliegend. Tatsächlich lassen sich LLMs mit den richtigen Prompts aber für alles Mögliche verwenden, vom Onboarding-Prozesses für neue Mitarbeiter bis zu Szenarien für die nächste Krisenkommunikationsübung.
- **Plugins sind die Zukunft:** Mit den neuen Custom GPTs hat OpenAI die Richtung vorgegeben: Dadurch lassen sich Vorsteinstellungen und Workflows für ChatGPT anlegen, die im Alltag viel Zeit sparen. Im Workshop wurde anhand eines Beispiels gezeigt, wie dies innerhalb von einer Minute und ohne Programmierkenntnisse gelingt.

Ein Webinar-Termin für die Mitglieder der AG CommTech ist in Planung. Wer darüber hinaus Interesse an der Schulung hat, kann sich gerne melden bei christina.rettig@schott.com.

Themencluster Stakeholder Journey Neue Initiative

STAKEHOLDER JOURNEY MODELL



AG CommTech – Themen-Cluster Stakeholder Journey

1

Prozessautomatisierung steht oben in der Investitions-Agenda

Nach den Erkenntnissen aus dem CommTech Index Reports wollen 51% der Entscheider in Kommunikationsabteilungen in den kommenden 12 Monaten verstärkt in Prozessautomatisierung investieren. Welche Prozesse werden aber eigentlich automatisiert und wie genau geht das?

In einer neuen Initiative der AG CommTech im Themen-Cluster "Stakeholder Journey" wollen wir diesen Fragen nachgehen. Wer in der Initiative mitwirken möchte, sei es weil schon Erfahrungen mit Prozessautomatisierung bestehen oder weil das Thema jetzt auch für dich relevant wird und du noch keine Erfahrungen hast, bitte eine Mail an info@agcommtech.de.

Themencluster Wirkungsmessung Endlich den Erfolg der Kommunikationsarbeit stichhaltig nachweisen

Die Initiative „Endlich den Erfolg der Kommunikationsarbeit stichhaltig nachweisen“ ist auf reges Interesse gestoßen! Wir sind mittlerweile rund 15 Kolleginnen und Kollegen, die an einem hilfreichen Whitepaper zu diesem arbeiten. Wer Lust hat, hier noch mit einzusteigen, ist herzlich willkommen! Einfach melden bei Joerg.Forthmann@IMWF.de.

Die Ergebnisse der Initiative stellen wir in einem Webinar am 24. Januar von 10:00 bis 11:00 Uhr vor. Am besten gleich hier anmelden: <https://agcommtech.de/termine/>

Einladung

We walk the talk: CommTech Regionaltreffen in Hamburg

Seid ihr bereit für einen innovativen und inspirierenden Jahresauftakt? Dann seid beim CommTech Regionaltreffen in Hamburg dabei. Kommunikationsexperten und Tech-Begeisterte treffen sich am **17. Januar**, um sich über die neuesten Trends und Entwicklungen in der Kommunikationsbranche auszutauschen.

We walk the talk: Gemeinsam gehen wir ein Stück um die Alster. Thomas Mickleit, Gründer der AG CommTech, gibt Einblicke in den aktuellen CommTech Index. Danach bleibt genügend Zeit für Austausch und Diskussion in der Runde. Der Ausklang findet im Alster Cliff statt.

Ihr wollt wissen, wie ihr eure Kommunikationsstrategie optimieren, eure Zielgruppen besser erreichen und eure Tools effizienter nutzen könnt? Dann seid ihr hier genau richtig. Ihr trefft auf andere Kommunikationsprofis, die eure Leidenschaft für Technologie teilen. Teilnehmen können auch Kommunikationsprofis außerhalb der AG CommTech.

Viele Grüße, Annette, Christof und Lena von der AG CommTech

Das Wichtigste zusammengefasst:

Wer kann mitmachen? Kommunikationsprofis und CommTech-Interessierte aus dem Großraum Hamburg oder wer gerade in der Stadt ist.

Wann geht's los? 17. Januar 2024, 18.30 Uhr

Wo treffen wir uns? Start an der Alsterperle, Eduard-Rhein-Ufer 1, 22087 Hamburg / Ausklang später im Alster Cliff

Wie melde ich mich an? Per E-Mail bei Christof: cschmid@christofschmid.com

AUFGELESEN



Cision: 2023 AI Media Landscape Report

Der 2023 AI Media Landscape Report soll ein Verständnis darüber schaffen, wie traditionelle Medien das Thema KI behandeln, wie Social-Media-Nutzende über KI denken und sprechen sowie was dies über die öffentliche Wahrnehmung aussagt. Dabei erstreckt sich die Studie über die KI-Medienlandschaft von 01. Juli 2022 bis zum 31. Juli 2023 und basiert auf der

automatisierten Analyse von Online-Nachrichten, Blogs und Social-Media-Beiträgen, die Künstliche Intelligenz im Kontext realer Situationen erwähnen.

Der Report zeigt: Die Diskussion über die Auswirkungen von KI auf den Arbeitsmarkt und die Kreativbranchen prägte die Gespräche in den traditionellen Medien und machte jeweils etwa ein Viertel des Gesamtvolumens aus, gefolgt von Diskussionen über Datenschutz. Traditionelle Medienthemen konzentrierten sich im Vergleich zu sozialen Medien stärker auf Datenschutz und Ethik. Public Relations (PR)-Medien machten 32% des Gesamtvolumens der KI-Gespräche aus. Erwähnungen von KI in der Industrie wurden vom Informationstechnologiesektor angeführt, der 39% der Top-15-Unternehmenserwähnungen nach Volumen innehatte, gefolgt von sozialen Medien (26%) und Elektronik (19%). Twitter, Google, Microsoft, Meta und IBM erhielten die meisten Erwähnungen nach Volumen, während OpenAI den höchsten Prozentsatz an Nachrichtenmedien im Vergleich zu PR-Medien erreichte. Wer mehr erfahren möchte, kann den Report kostenlos [downloaden](#).



Astrum: Technology Reshaping Communicators?

Astrum, Indiens erste wissenschaftsbasierte Spezialberatung für Reputation, hat eine Studie veröffentlicht, die Sekundärforschung und Ansichten eines vielfältigen Panels von indischen und globalen Meinungsführern kombiniert. Letztere repräsentieren Beratungsunternehmen, Technologiekonzerne, Anwaltskanzleien, Medienredaktionen, internationale Akademiker, Private-Equity-Investoren, globale Führungskräfte, leitende Corporate Communication-Führungskräfte und zahlreiche Branchenexperten. Die Studie untersucht ein neues, verbessertes Framework für effektives Reputationsmanagement, Reputationsrisikomanagement im „neuen Zeitalter“ sowie Fähigkeiten, die erforderlich sind, um die aufkommenden Technologien erfolgreich zu nutzen, um die Licence to operate zu schützen und die Unternehmensreputation zu pflegen.

Ein Ergebnis: Die Auswirkungen der Technologie auf die Kommunikationsbranche sind dreiteilig. Erstens beeinflusst die Revolutionierung der Datenassimilation tiefere Einblicke in das Verhalten des Publikums, zweitens erfolgt eine Transformation von Inhaltserstellung, -verteilung und -konsum. Und zuletzt beeinflusst sie ebenfalls Investitionen in die Krisenvorbereitung/Risikominderung zur Sicherung der Unternehmens- oder Markenreputation. Dabei erfordert jeder Bereich einen holistischen Ansatz mit Unterstützung des Top-Managements. Die [Executive Summary](#) steht kostenfrei zur Verfügung.



**Aktiv in der AG
CommTech:
Aktiv in der AG
CommTech:
Lena Hufmann**
Otto Group

Lena Hufmann ist Corporate Communication Consultant bei der Otto Group, wo sie sich vorrangig mit Innovations- und Logistik-Themen für die interne sowie externe Kommunikation befasst. Als Enthusiastin für digitale Kommunikation und datengetriebene Entscheidungsfindung gestaltet sie Datenkultur und die Kommunikationsinfrastruktur der Zukunft.

Welche Chancen siehst du in Bezug auf datengetriebene Kommunikation?

In einer Welt, die sich ständig verändert und in der Informationen immer schneller ausgetauscht und verarbeitet werden, ist es wichtig, dass wir uns anpassen. Durch datengetriebene Kommunikation können wir zielgenauer und relevanter kommunizieren, besser verstehen, was unsere Stakeholder bewegt und entsprechend Zeit und Ressourcen sparen. Kurz gesagt: Wir werden noch smarter, persönlicher und effizienter in dem, was wir tun. Und es ist auch einfach spannend, Teil dieser rasanten Entwicklung zu sein und zu erleben, wie neue Tools und Technologien unsere Arbeit bereichern können.

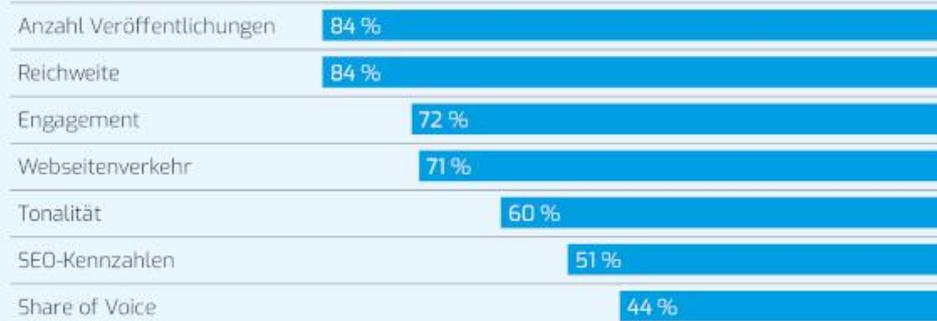
Was denkst du: Was sollte moderne Kommunikationsabteilungen auszeichnen?

Moderne Kommunikationsabteilungen sind Multitalente: Sie müssen flexibel und schnell auf Veränderungen reagieren können, kreativ und datenkompetent sein und mit Empathie handeln, um zukunftsfähig zu sein. Dabei ist es vielleicht wichtiger denn je, die eigenen Werte nicht aus den Augen zu verlieren und authentisch zu bleiben. All das macht unseren Job herausfordernd – und super vielseitig.

Welche Themenbereiche der AG CommTech findest du besonders spannend?

Mich interessiert besonders der Bereich Daten- und Technologiekultur. Es steht sicherlich außer Frage, dass die Kommunikationsbranche datengetriebener und automatisierter werden wird. Ich denke, dass die eigentliche Herausforderung nicht die Tools an sich sind, sondern darin besteht, mit ihnen zu arbeiten. Denn auch die beste Technologie kann ihr Potential nicht entfalten, wenn sie nicht genutzt wird. Schon in meiner Masterarbeit habe ich mich mit entsprechenden Akzeptanzfaktoren beschäftigt und freue mich, dieses wichtige Thema mit Gleichgesinnten voranzutreiben.

Gegenwärtig in der Medienanalyse genutzte Kennzahlen



Endlich den Erfolg der Kommunikationsarbeit stichhaltig nachweisen

Die Kommunikationsabteilungen weisen Ihren Erfolg immer noch vor allem mit Reichweite, Tonalität oder dem Share of Voice nach – und werden mit diesen Kennzahlen im Topmanagement nicht verstanden. In der Chefetage werden Belege erwartet, wie die Kommunikation zum kaufmännischen Erfolg beiträgt. Was ist also unser Beitrag zu Umsatz, Gewinn oder Unternehmenswert? Wie das geht, zeigen wir in einem kostenfreien Webinar am **24. Januar von 10:00 bis 11:00 Uhr**:

- Lena Wouters, Senior Manager Group Communications bei Körber,
- Henriette Viebig, Head of Brand & Group Communications bei Körber,
- Thomas Mickleit, vormals Kommunikationschef bei Microsoft Deutschland und Pionier in der digitalen Kommunikation,
- Jörg Forthmann, Geschäftsführer des IMWF.

[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 Mickeleit

thomas.mickeleit@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



|SENDER_COMPANY|
|SENDER_ADDRESS|, *|SENDER_CITY|*, *|SENDER_STATE|*,
|SENDER_ZIP|, *|SENDER_COUNTRY|*

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