



## Guten Tag,

der [CommTech Index Report](#) findet hohe Aufmerksamkeit. Die erste Vermessung der Digitalisierung unserer Profession gibt Orientierung für den eigenen Digitalisierungspfad und wurde zwischenzeitlich fast 1.000 Mal abgerufen. Wer heute in Frankfurt unterwegs ist, kann sich die Ergebnisse beim ersten Regionaltreffen im Rhein-Main-Gebiet vor Ort erläutern lassen. Auf der Website lohnt sich immer ein Blick auf die anderen Dokumente und [Whitepaper](#). Neu ist auch ein [Wegweiser](#) für die AG CommTech-Mitglieder, um sich direkt in die Aktivitäten der AG einzubringen.

Für den Mai können wir heute das Erscheinen des CommTech Kompendiums 2023/2024 ankündigen, in dem die Ergebnisse der Arbeit in der AG CommTech „on your fingertips“ zusammengefasst sind. Wir werben hier um die Aufmerksamkeit für das Kompendium und wünschen uns Unterstützung in Form einer Anzeige durch Eure Unternehmen. [Hier](#) findest Du nähere Infos dazu.

Wir haben im Dezember nach Eurem Weiterbildungsbedarf gefragt und es überrascht nicht, dass es ein großes Bedürfnis nach Angeboten gibt, die sich konkret mit Fragestellungen rund um die Digitalisierung von Kommunikation drehen, allen voran zu Data-Analytics. Die CommTech Akademie soll diese Lücke schließen und wird im zweiten Quartal maßgeschneiderte Angebote unterbreiten. Stay tuned.

In diesem Newsletter erläutert Personalberater Thomas Lüdeke von PRCC die Chancen für Kommunikationsverantwortliche durch CommTech. Lena Wouters gibt im Best Practices Interview, im Nachgang zu unserem, mit fast 250 Teilnehmenden, maximal nachgefragten Webinar, einen Einblick wie die Kommunikation bei Körber ihren Erfolgsbeitrag nachweist. Das Webinar kann man sich bei Interesse [hier](#) noch mal anschauen. Das Themencluster

Organisation lädt zur Ideenwerkstatt ein, wie sich Kommunikation künftig organisieren sollte; wir begrüßen Philipp End von der Munich Re neu im Leitungskreis der AG CommTech und wir freuen uns auf Eure [Anmeldung](#) zu unseren nächsten Webinaren, von denen wir gleich vier, zu den Hot-Topic in der Kommunikation anbieten können.

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, Philipp End*

#### COMMTECH BLOG



## Karriere in Zeiten von Transformationen

### Welche Chancen und Risiken CommTech für die persönliche Entwicklung birgt

*Thomas Lüdeke ist Managing Partner der auf die Besetzung von Positionen in Kommunikation, Marketing und Corporate Affairs spezialisierten PRCC Personalberatung.*

Veränderungen gab es schon immer – und auch jene, die sie kommunizieren. Die Digitalisierung jedoch verändert vor allem die Kommunikation selbst. Berufsbilder ändern, Prioritäten verschieben sich. Ganze Kommunikationsabteilungen werden gerade – zum Teil grundlegend – umgebaut, denn durch CommTech können immer mehr und vor allem qualitativ hochwertige Daten generiert und verarbeitet werden. Aber was genau heißt das für das Berufsfeld von Kommunikator:innen?

Technologie spielt in diesem tiefgreifenden Wandel die Hauptrolle. Die Art, Kommunikation zu planen und zu steuern, verändert sich gleichermaßen wie die Art, Medien zu konsumieren und zu nutzen. Kommunikator:innen müssen daher ihr Skillset anpassen, wenn sie erfolgreich sein wollen.

Weiterlesen

GEFRAGT



## Interview mit Lena Wouters: Erfolg in der Kommunikation stichhaltig nachweisen

**Kommunikationserfolge stichhaltig nachzuweisen, ist ein großer Wunsch aller Profis. Die AG CommTech hat sich deshalb in einer Initiative mit der Frage befasst, wie man Kommunikationserfolge in Wirkungsstufen in einem Dashboard darstellen kann.**

Entstanden ist das Value 4/9 Dashboard, das mit neun Kennzahlen Kommunikationserfolge vom Input bis zum Outflow darstellt.

Lena Wouters, Senior Manager Brand & Group Communications vom Technologiekonzern Körber war Teil der Initiative. Körber gehört zu den 12 Unternehmen, die das Dashboard aktuell pilotieren.

**AG CommTech:** Was war für Euch die Hauptmotivation in der Initiative mitzuwirken? Durch welche Umstände war der Wunsch nach Messbarkeit des Kommunikationserfolgs entstanden?

**Lena Wouters:** Den Wunsch nach konkreten Belegen und Messbarkeit gibt es bei Körber und speziell in unserem Team "Brand & Communications" schon länger. Wo kommen wir her? Bis 2020 gab es mehr als 40 Einzelmarken bei Körber, teilweise bekannt wie B2C-Marken in den jeweiligen Industrien, die wir mit unseren Angeboten als B2B-Technologieführer unterstützen. Seit 2020 setzen wir weltweit und in allen Geschäftsfeldern konsequent auf die Marke Körber. Neben vielen damit zusammenhängenden Aufgaben, die wir seitdem mit dem Ziel "Markenexzellenz" im Team umgesetzt haben, hat dies natürlich den Bedarf, deren Wirkung messbar und damit besser sichtbar zu machen, erhöht.

Weiterlesen

MASCHINENRAUM

## Leitungskreis

## Neu im Leitungskreis: Philipp End

Philipp End verantwortet als Global Head of Digital Communications die digitalen Kanäle von Munich Re. Dazu gehören die Webseiten des Konzerns, die Social Media Kanäle, Wirkungsmessung und Marketing Automation. Das globale Team mit Mitarbeitenden in München und der USA entwickelt für diese Bereiche Standards und Guidelines, bietet technische Lösungen und Tools und berät die Marketing- und Kommunikationskollegen in deren digitaler Transformation.



Philipp ist seit 20 Jahren mit der digitalen Transformation in unterschiedlichen Branchen beschäftigt. Seine Erfahrung reicht von Zeitungs- und Buchverlagen, über die Halbleiterindustrie bis hin zu seiner jetzigen Tätigkeit in der Versicherungsbranche.

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

Mit der Digitalisierung geht eine große Veränderung einher. Wir müssen uns auf neuen Kanäle, neue Technologien und ein neues Nutzerverhalten unsere Zielgruppen einstellen. Das geht oft über die Erfahrungen klassischer Kommunikatoren hinaus. So müssen wir, um erfolgreich Kommunikation zu machen, unsere Fähigkeiten um Datensteuerung, Testen, Messen und Optimieren erweitern. Darüber hinaus nimmt die Technologie zentralen Stellenwert ein. Nicht zuletzt durch die immer schnellere Entwicklung von KI. Auch das ist eine Herausforderung für uns als Kommunikatoren, da wir gewohnt sind, dass die Technik von der IT kommt.

---

## Themencluster Organisation

### Neu: Ideenwerkstatt Organisation

Fragen zur Organisationsstruktur beschäftigen derzeit wohl die meisten Kommunikationsabteilungen. Ist das herkömmliche Linienmodell noch zeitgemäß? Können agile Ansätze wirklich Mehrwert schaffen oder stürzen sie uns ins Chaos? Sind hierarchische Strukturen überholt, und ist vielleicht die Holokratie der Weg in die Zukunft? Oder bietet der Newsroom-Ansatz eine Lösung, oder ist er bereits ein überholtes Konzept? Und welche Rolle spielt dabei die Technologie?

Um diese und weitere spannende Fragen zu erörtern, laden wir euch zu unserer monatlichen virtuellen Ideenwerkstatt ein. Wir treffen uns **jeden dritten Montag des Monats von 17:00 bis 18:00 Uhr**. Jede Sitzung beginnt mit einem kurzen, praxisnahen Impulsvortrag. In unserem **ersten Treffen am 18.03.2024** werden Christina Rettig und Oliver Lönker die neuesten Erkenntnisse aus dem aktuellen CommTech Index Report vorstellen, die für unsere Organisationsdiskussion besonders relevant sind.

Interesse geweckt? Alle Mitglieder des Clusters Organisation bekommen automatisch eine Einladung. Wer darüber hinaus teilnehmen möchte, kann sich gerne bei [Christina Rettig](#), [Philipp End](#) oder [Oliver Lönker](#) melden.

---

## Themencluster Wirkungsmessung

### Neues Whitepaper: Endlich den Erfolg der Kommunikation stichhaltig nachweisen

Die große Mehrzahl der Kommunikationsabteilungen ist unter Druck, den Erfolg der eigenen Arbeit im Haus nachzuweisen. „Klassische“ Erfolgsgrößen wie die Zahl der Veröffentlichungen, die Tonalität oder die Reichweite überzeugen allerdings hausintern nicht wirklich. Denn diese Kennzahlen zeigen nur, dass es eine Kommunikation gab – aber nicht, welchen Effekt diese Kommunikation für das Unternehmen hatte. Deshalb hat eine große Gruppe von Kolleginnen und Kollegen aus Unternehmen – herzlichen Dank an diesen Kreis! – an einem Whitepaper zu diesem Thema gearbeitet. Es ist gelungen Wege aufzuzeigen, wie Kommunikation ihren Beitrag zum Umsatz und ihren Beitrag zum Unternehmenswert nachweisen kann. Und zwar in harten Euro! Das Whitepaper steht zum [Download](#) bereit.

In einem Webinar Ende Januar hat Lena Wouters von Körper gezeigt, wie Körper seine Medienanalyse aufgesetzt hat und nun in der Lage ist, diese kaufmännischen Erfolge tatsächlich zu ermitteln. Das System wurde aus der AG CommTech heraus entwickelt und ist sehr schnell umsetzbar. Wer es noch nicht kennt, sollte sich die Aufzeichnung des Webinars ansehen: [Webinar 01-2024 Endlich den Erfolg von Kommunikationsarbeit nachweisen.mp4](#). Ein must have!!!

---

## Regionaltreffen

### Einladung zum Regionaltreffen in Frankfurt

**Für Kurzenschlossene:**

Hast du Lust auf einen informativen Austausch über das aktuell zentrale Thema in der Kommunikationsbranche, nämlich über **#CommTech** und die **#Digitalisierung**? Dann melde dich zum Regionaltreffen der AG CommTech in Frankfurt an. Wir treffen uns **heute, am 07. Februar ab 17:00 Uhr** zu einem After-Work-Event in den Räumen der Agentur [Script Communications GmbH](#), Gräfstraße 79, 60486 Frankfurt.

Dort stellen wir den ersten "CommTech Index Report" vor. Er liefert Einblicke in den Stand der Digitalisierung der Kommunikation in Unternehmen und PR-Agenturen. Das ernüchternde Ergebnis des Reports: Der Digital-Index liegt aktuell bei 45 von 100 Punkten. In der Fachpresse wurde der Report als „Weckruf für die Branche“ gesehen. In Frankfurt wollen wir deshalb diskutieren: Welche Erfahrungen habt ihr gemacht? Welche Tools helfen euch im beruflichen Alltag weiter? Wie ist es bei euch um die Datenkultur bestellt?

Suchst du eine Gelegenheit, dich mit anderen über Best Practices auszutauschen? [Christina Rettig](#) von Schott, Gastgeber [Sascha Stoltenow](#) von Script und [Klaus Treichel](#) freuen sich auf deine Teilnahme.

Jetzt anmelden per Mail an [klaus@treichel-kom.de](mailto:klaus@treichel-kom.de).

Wichtig: Du musst kein Mitglied in der AG CommTech sein, um am Regionaltreffen teilzunehmen.

## Regionaltreffen

### We walked the talk: Alsterwasser und Tech-Trends beim Hamburger Regionaltreffen



Beim CommTech Regionaltreffen im Januar in Hamburg trafen sich Kommunikationsexperten und Tech-Begeisterte, um sich über die neuesten Trends und Entwicklungen in der Kommunikationsbranche auszutauschen. Statt Treffen im Meetingraum ging es zu Fuß ein Stück um die Alster, wo Thomas Mickleit, Gründer der AG CommTech, Einblicke in den aktuellen CommTech Index gab.

Einige Kernaussagen des Abends:

- CommTech und insbesondere die Arbeit mit Daten ist mehr als Monitoring: In der Diskussion waren sich die Teilnehmer einig, dass es eine ganzheitliche Betrachtung und strategische Verankerung braucht, um die Vorteile von CommTech in der Kommunikation gewinnbringend zu nutzen.
- Die Mehrzahl der Kommunikatorinnen und Kommunikatoren fühlt sich laut aktuellem CommTech Index fit im Umgang mit neuen Technologien – doch ist das in der Praxis wirklich so? Schnell wurde in der Diskussion klar, dass es nach der Phase des Ausprobierens im

letzten Jahr nun in die konkrete Umsetzung und Einführung von CommTech im Berufsalltag geht. Dabei ist in vielen Unternehmen noch immer Überzeugungsarbeit zu leisten, um den Anschluss nicht zu verlieren.

Das Regionaltreffen hat dabei gezeigt, wie wichtig es ist, sich unter Kolleginnen und Kollegen zu genau diesen Punkten auszutauschen und erfolgreiche Strategien kennenzulernen.

Während und auch nach dem Walk gab es genügend Zeit für Austausch und Diskussion in der Runde, bevor im Alster Cliff der gemütliche Teil der Veranstaltung stattfand. Die nächste CommTech Regionalveranstaltung findet am 07. Februar in Frankfurt am Main statt.

#### AUFGELESEN



## Reuters: State of Marketing Report 2023

Die wirtschaftliche Unsicherheit nimmt zu, Marketingtalent ist schwer zu finden, der Medienkonsum verlagert sich weiter, und die Kundenerwartungen entwickeln sich mit der Hyperdigitalisierung der Welt. Der State of Marketing Report bietet eine eingehende Analyse der Antworten einer globalen Umfrage von 499 Marketingprofis aus aller Welt. Es wurden drei Umfragen durchgeführt, die parallel mit umfassenden Recherchen und qualitativen Interviews mit leitenden Marketingführungskräften aus verschiedenen Branchen, über einen Zeitraum von fünf Monaten liefen.

Der Report identifiziert für das Jahr 2023 drei Kernthemen:

**Zweckorientiert, messbar, wertvoll** - Notwendigkeit für Organisationen, die Markenidentität zu stärken, die Markenbekanntheit zu erhöhen und sich auf zweck- und wertorientiertes Marketing zu konzentrieren. Eine einfache Unterstützung von Themen wie Nachhaltigkeit, Inklusivität und sozialer Gerechtigkeit ist jedoch nicht ausreichend. Verbraucher möchten bedeutungsvolle und umsetzbare Ergebnisse sehen.

**Kunst und Wissenschaft des Storytellings** – Inhalte, die sich an die Verbraucher richten, sind unerlässlich. Hyper-Personalisierung berücksichtigt hierbei die Echtzeitdaten von Surfen oder Kaufverhalten.

**Datenschutz und die Macht der Insights** – Notwendigkeit einer gut ausgerichteten funktionalen Datenstrategie, die Big Data unter Verwendung von KI und maschinellem Lernen nutzt, um zukünftige Trends zu erkennen. Hierbei spielt der verantwortungsbewusste Einsatz von KI eine wichtige Rolle.

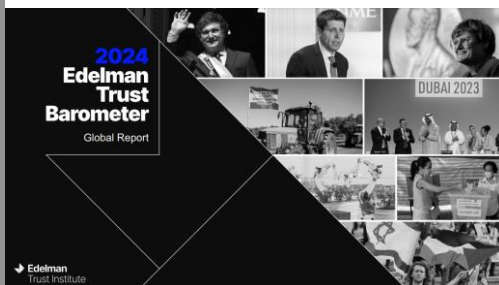
Der [vollständige Report](#) steht kostenfrei zur Verfügung.



## PRovoke Media & Opinium: World PR Report

Jährlich erstellt, ist der World PR Report eine maßgebliche Umfrage unter leitenden PR-Führungskräften und Direktoren, die Einblicke in Wachstum, Investitionen, Technologie, Ethik, mentale Gesundheit, Vielfalt, Messung und soziale Medien bietet, mit einer Aufschlüsselung nach sieben geografischen Regionen. Der Bericht wurde aus einer Umfrage von 300 PR-Führungskräften erstellt, die zwischen August und September 2023 stattfand.

Der Report zeigt unter anderem: KI dominiert das Gespräch unter PR-Profis. Die breite Kommerzialisierung von KI im Jahr 2023 bietet Agenturen eine verlockende Chance, wobei 86% (gegenüber 40% im Jahr 2022) KI unter den drei relevantesten Technologien für die Zukunft ihres Geschäfts einstufen. Data Science wird auf den zweiten Platz mit 41% (42% im Jahr 2022) gedrängt. Die wichtigste Fähigkeit für die Zukunft ist die 'Beherrschung von KI-Tools', die von 45% in ihren Top 3 eingestuft wird, eine neue Option für dieses Jahr, die sich über strategische Beratung, 42%, erhebt. Die wichtigste Anwendung neuer Technologien ist 'effizienteres Arbeiten' mit 55%, im Vergleich zu 40% im Vorjahr und dem vierten Platz 2022. Führungskräfte erwarten, dass neue Technologien den größten Einfluss im Bereich Messung und Analyse haben werden (22%). Wer mehr erfahren möchte, kann den vollständigen Report kostenfrei [downloaden](#).



## Edelman: Edelman Trust Barometer 2024

Der Edelman-Report „Trust Barometer 2024“ analysiert das weltweite Vertrauen in Institutionen wie NGOs, Wirtschaft, Regierung und Medien. Der diesjährige Report basiert auf eine Befragung von 32.000 Personen aus 28 Ländern und offenbart eine Kluft zwischen Innovation und Gesellschaft, die zu einem neuen Faktor für eine weitere Polarisierung geworden ist. So sind 39 Prozent der Befragten der Meinung, dass Innovationen schlecht gemanagt werden. Die Wirtschaft hat hierbei die beste Möglichkeit, diesen Trend umzukehren, weil sie die vertrauenswürdigste Institution ist – sowohl allgemein als auch wenn es darum geht, neue Innovationen in die Gesellschaft einzuführen. Aber sie muss sich darauf konzentrieren, die



Auswirkungen der Innovation für die Gesellschaft zu erklären und nicht nur für Investoren.

Gleichzeitig zeigt sich auch: Vertrauen in einen bestimmten Sektor garantiert nicht automatisch Vertrauen in zugehörige industrielle Innovationen. Das ist problematisch, denn managen Institutionen Innovationen schlecht, führt dies zu mehr Ablehnung und weniger Begeisterung für aufkommende Technologien. Zudem fühlen sich die Befragten häufig von Gesellschaft und Technologie im Stich gelassen: Für 69% verändert sich die Gesellschaft zu schnell und in eine negative Richtung. Für 54% gilt dies auch für die Technologie. Dennoch genießt der Technologiesektor mit 76% das höchste Vertrauen der Befragten. Vertrauen in Innovationen wie KI (Machine Learning, generative KI, o. ä.) haben jedoch nur 50% der Befragten, was einem Delta von 26% entspricht. Das Vertrauen in technologische Innovationen ist damit genauso hoch wie in genbasierte Innovationen im Medizinsektor (50%). Höheres Vertrauen haben die Befragten mit 71% in Innovationen im Bereich grüner Energie im Energiesektor. Der vollständige [Report](#) steht kostenfrei zur Verfügung.

## MENSCHEN



### Aktiv in der AG CommTech Julian Pinnig

Julian Pinnig ist Senior Teamkoordinator und Pressesprecher in der Strategischen Kommunikation des Deutschen Instituts für Normung (DIN). Zuvor war er mehr als 15 Jahre in verschiedenen Kommunikationsfunktionen sowohl auf Agenturseite als auch in Unternehmen tätig. Seit August 2023 ist er Mitglied in der AG CommTech und derzeit im Cluster Stakeholder Journey aktiv.

#### **Was denkst du: Wie lassen sich mithilfe von Daten die Kommunikationssteuerung und das Themenmanagement beeinflussen?**

Eine zielgerichtete und effiziente Kommunikationssteuerung braucht Daten – wie wissen wir sonst, ob wir unsere Kommunikationsziele erreicht haben und unsere Maßnahmen erfolgreich waren? Und je besser und aussagekräftiger diese Daten sind, um so präziser und effizienter können wir Kommunikation steuern. Auf der operativen Ebene können wir mithilfe der richtigen Kennzahlen tagesaktuell die Wirkung z. B. unserer Social-Media-Aktivitäten messen und bei Bedarf nachsteuern. Auf strategischer Ebene können wir mit Hilfe von Daten zum Beispiel für das Themenmanagement ein klares Bild erhalten, ob wir die richtigen Themen ausgewählt haben oder wie wir unsere Zielgruppen erreichen.

## **Was denkst du: Wie wird KI die Kommunikation verändern und wie kann sie sinnvoll eingesetzt werden?**

KI ist ein Game Changer. Ob bei der Texterstellung, der Bildgenerierung oder der Medienanalyse – die Möglichkeiten sind riesig. Viele Chancen sehen wir heute noch gar nicht oder deuten sich erst an. Zum Beispiel im Bereich Strategie und Planung. Aus Unternehmenssicht bietet es sich aus meiner Sicht an, einen Schritt nach dem anderen zu gehen, um bei der jetzt schon riesigen Menge an KI-Tools und Möglichkeiten nicht den Überblick zu verlieren. Und dort zu beginnen, wo schnelle Erfolge am ehesten zu erwarten sind.

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

Die Stakeholder Journey hilft uns, Kommunikation zielgerichtet und zielgruppenspezifisch zu planen und zu steuern – natürlich datenbasiert. Dabei bringt sie – im besten Fall – alle an der Kommunikation beteiligten Bereiche eines Unternehmens zusammen. So ermöglichen wir unseren Stakeholdern eine einheitliche Erfahrung über alle Touchpoints hinweg und sorgen für eine konsistente Kommunikation des Unternehmens. Die Möglichkeiten sind also groß, gleichzeitig stehen wir hier – zumindest in Deutschland – noch ganz am Anfang. Darum finde ich es auch so spannend im Cluster Stakeholder Journey der AG CommTech mitzuwirken.

LIVE



## **AG CommTech & Imory: Wie hilft KI in meiner Unternehmenskommunikation? - Erwartungen, Realität und Erfahrungen**

Die AG Commtech lädt am **22. Februar von 16:00 bis 17:00 Uhr** ein zu einem Webinar mit dem Thema: „KI in der Unternehmenskommunikation - Erwartungen, Realität und Erfahrungen“.

**Thomas Mickleit** wird gemeinsam mit **Eckhard Klockhaus** (Imory) spannende Einblicke geben, wie die Kluft zwischen Erwartungen und Realität, praktische Erfahrungen, Herausforderungen und Barrieren bei der Nutzung von KI im Alltag.

Die Beiden sprechen darüber, wie KI den Newsroom verändert, einschließlich neuer Formate, Managementherausforderungen und Sendestrategien. Diskutiert werden Themen wie:

- Die aktuelle Situation in der Branche, Kunden und Agenturen.
- 5 zentrale Thesen zu KI in der Kommunikation.
- Herausforderungen und Barrieren bei der Implementierung von KI-Plattformen.
- Die Bedeutung von Prompt Engineering.

Thomas Mickeleit und Eckhard Klockhaus freuen sich auf Eure Fragen.

[Hier anmelden](#)



## Von Daten zu Stories: Was KI im Newsroom möglich macht

Schon die Einrichtung eines Newsrooms ist eine Herausforderung, an der viele Kommunikationsabteilungen gescheitert sind. Und jetzt kommt auch noch die künstliche Intelligenz hinzu und bringt Dynamik in die Arbeitsprozesse. Gefühlt gibt es fast jeden Tag ein neues KI-Tool, das hilfreich ist. Im Webinar "Von Daten zu Stories: Was KI im Newsroom möglich macht" wollen wir Orientierung geben und ein Praxisbeispiel zeigen. Wen das interessiert, der reserviert bitte den **28. Februar von 10:00 bis 11:00 Uhr** für das kostenfreie Webinar mit:

- Martin Frommhold, Leiter Unternehmenskommunikation & Pressesprecher bei der Otto GmbH & Co. KG,
- Thomas Mickeleit, vormals Kommunikationschef bei Microsoft Deutschland und Pionier in der digitalen Kommunikation,
- Jörg Forthmann, Geschäftsführer des IMWF.

[Hier anmelden](#)



## Der EU AI-Act und dessen Bedeutung für die Unternehmenskommunikation

EU-Parlament, -Kommission und -Rat hatten sich Ende letzten Jahres nach langer Diskussion auf den EU Artificial Intelligence Act (EU AI Act) geeinigt. Dies ist das weltweit erste umfassende Gesetz zur künstlichen Intelligenz.

Die Einsatzgebiete von KI in Kommunikation und Marketing entwickeln sich äußerst dynamisch, wie wir alle bereits letztes Jahr feststellen durften. Damit einher gehen vielfältige Chancen und Risiken. In unserem Webinar am **29. Februar von 10:00 bis 11:00 Uhr** möchten wir zusammen mit einem der entscheidenden Mitverfasser des AI-Acts und EU-Parlamentsmitglied, Axel Voss (CDU), darüber sprechen, was der Gesetzgeber mit dem AI Act beabsichtigt und welche Implikationen dies auf die Unternehmenskommunikation haben wird.

- Axel Voss (CDU), EU-Parlamentsmitglied
- Przemyslaw Jedrysik, Head of Communications Europe, Covestro
- Maximilian Gahntz, AI Policy Lead, Mozilla Foundation
- Andreas Quest, Managing Director, IMWF

[Hier anmelden](#)



## STAKEHOLDER JOURNEY ALS INSTRUMENT ZUR KOMMUNIKATIONSSTEUERUNG

Ein Baukasten für die Praxis

**Kommunikation zielgerichtet steuern mithilfe der Stakeholder Journey**

Die Stakeholder Journey ist ein Instrument, mit dem sich Kommunikation effizient planen, effektiv gestalten und die Wertschöpfung nachvollziehbar abbilden lässt. Die Initiative „Stakeholder Journey – Touchpoints und Tools“ der AG CommTech hat sie einem Praxistest unterzogen.

Nach dem Webinar am **1. März 2024 von 12.00 – 13.00 Uhr**

- kennen Sie die Bestandteile der Stakeholder Journey,
- wissen Sie, wie die Journey theoretisch und praktisch funktioniert,
- können Sie mit einem Baukasten Ihre eigene Stakeholder Journey bauen.

Referieren werden:

- Benita Daube, Scimpler Technologies
- Paul Peters, smava
- Michael Schmitz, Scimpler Technologies
- Antonia Benz, Schaeffler

[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)

**Philipp End**

[pend@munichre.com](mailto:pend@munichre.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®



\*|SENDER\_COMPANY|\*  
\*|SENDER\_ADDRESS|\*, \*|SENDER\_CITY|\*, \*|SENDER\_STATE|\*,  
\*|SENDER\_ZIP|\*, \*|SENDER\_COUNTRY|\*

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