



Guten Tag,

Technologien wie KI erhöhen nicht nur den Handlungs- sondern auch den Zeitdruck auf die Kommunikation schlussfolgert Thomas Mickleit in seinem Blog-Beitrag aus den Erkenntnissen des gerade veröffentlichten Communications Trend Radar 2024, der auch in unseren Literatur-Tipps behandelt wird. Alles ein Grund mehr, sich selbst und die eigene Kommunikationsabteilung fit zu machen, um die Digitalisierung erfolgreich zu bewältigen. Das ist das primäre Anliegen der AG CommTech und deshalb kommt hier ein „Save-the-Date“ für drei wichtige Veranstaltungen: Am **6. Juni** findet der „**CommTech Virtual Connect 2024**“ statt. Im Metaverse tauschen wir uns über unsere Anliegen und künftigen Arbeitsschwerpunkte in der AG CommTech aus. Am **9. Juli** treffen sich digital-affine Macherinnen und Macher zur **CommTech Academy Summer School bei Audi** in Ingolstadt und am **27. November** folgt der **CommTech Summit**, wieder gemeinsam mit der DPRG auf Einladung von Hapag Lloyd in Hamburg. Die offiziellen Einladungen und Anmeldeöglichkeiten folgen in Kürze – heute schon für Euren Kalender.

In diesem Newsletter lest Ihr im Werkstatt-Interview mit Martin Frommhold, Newsroom Chef bei Otto, über den Weg zum Einsatz von KI und warum Gründlichkeit vor Schnelligkeit geht; das Themen-Cluster Wirkungsmessung ruft zur Teilnahme an neuen Initiativen auf; Eure Mitwirkung ist bei einer Umfrage der Initiative „Prozessautomatisierung“ gefragt. Wer am **21. März** in Berlin ist, hat die Chance, beim ersten **Regionaltreffen der AG CommTech beim DIN in Berlin** teilzunehmen; schließlich haben wir wieder wertvolle Lesetipps und Veranstaltungshinweise.

Habt Ihr Wünsche oder Anregungen? [Hier](#) könnt Ihr sie jederzeit loswerden.

Viel Spaß beim Lesen!

Euer 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



Zukunft der Kommunikation: Schlüsselerkenntnisse aus dem Communications Trend Radar 2024

Der kürzlich veröffentlichte Communications Trend Radar 2024 spricht eine klare Sprache. Der Veränderungsdruck aus gesellschaftlichen Entwicklungen, veränderten unternehmerischen Rahmenbedingungen und neuen Technologien ist hoch. Auf Kommunikationsverantwortlichen lastet nicht nur ein Handlungs-, sondern auch ein Zeitdruck.

Was sind die wesentlichen Erkenntnisse aus dem Trend-Radar und was müssen Kommunikationsverantwortliche tun, um ihre Organisation zukunftsfest zu machen? Darauf gibt Thomas Mickleit in seinem Blogbeitrag Antworten.

[Weiterlesen](#)

GEFRAGT



Interview mit Martin Frommhold: Werkstattbericht - KI im Otto-Newsroom

Mit Martin Frommhold, Leiter Unternehmenskommunikation & Pressesprecher Otto (GmbH & Co KG) sprechen wir heute über die Nutzung von Künstlicher Intelligenz im Newsroom. Alle experimentieren mit ChatGPT, aber über das Stadium gehen die wenigsten Unternehmen bislang hinaus. Die Otto Group hat für ihre Gesellschaften früh mit einer eigenen ChatGPT Lösung, eine sichere Nutzungsumgebung bereitstellt. Aber auch bei Otto ist die Nutzung von KI ein dynamischer Prozess.

AG CommTech: Martin, die Kolleginnen und Kollegen, die jetzt möglicherweise verunsichert sind und sich fragen, mein Gott, jetzt erzählt uns einer von Otto mit einer riesen Kommunikationsabteilung wie die Welt funktioniert. Wir sind aber noch nicht so weit. Sind alle, die KI noch nicht nutzen, abgehängt und was ist Dein Rat?

Martin Frommhold: Angesichts des aktuellen Hypes rund um KI kann sich der Eindruck, gerade den Aufbruch in die Zukunft zu verpassen, schon manchmal aufdrängen. Aber wir stehen noch ganz am Anfang einer Entwicklung, die sicherlich bahnbrechend ausfallen wird, in der aber alle bereits aktiven Unternehmen und Kommunikator*innen Early Adopter sind. Entsprechend lautet meine Empfehlung gelassen zu bleiben, das Thema KI aufmerksam zu beobachten und erste eigene Schritte mit Bedacht zu planen. Denn die Auseinandersetzung mit Innovationen ist immer erstmal arbeitsintensiv, kostet Zeit, Geld und muss zusätzlich zum Tagesgeschäft organisiert werden. Insbesondere für viele Kolleg*innen in kleineren Pressestellen, die oft multifunktional tätig sein müssen, ist das eine enorme Herausforderung

[Weiterlesen](#)

MASCHINENRAUM

Themencluster Stakeholder Journey Jetzt mitmachen: Umfrage der Initiative "Prozessautomatisierung"

Die Ressourcen in der Unternehmenskommunikation stehen unter Druck. Personal und Geld sind knapp. So ist es verständlich, dass laut CommTech

Index Report 74% der Kommunikationsverantwortlichen innerhalb der nächsten 12 Monate in die Automatisierung von Prozessen in ihrer Kommunikationsabteilung investieren wollen. Welche Prozesse sind das konkret und wie funktioniert die Automatisierung? Damit beschäftigt sich die Initiative Prozessautomatisierung. Es wird an einem Whitepaper gearbeitet, das Kommunikationsabteilungen helfen soll, schneller und einfacher zum Ziel zu gelangen.

Mit einer Befragung möchte die Initiative im ersten Schritt verstehen, für welche Prozesse aus Sicht der Kommunikationsverantwortlichen der größte Bedarf besteht, welche Ziele damit verfolgt werden und welche Tools ggf. bereits eingesetzt werden.

Bitte helft mit, die Automatisierung von Prozessen in der Kommunikation zu realisieren. Beteiligt Euch an der Befragung.

[Zur Befragung](#)

Themencluster Stakeholder Journey

Ein Baukasten für die effektive Kampagnenplanung

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“ hat sie einem Praxistest unterzogen und ihre Ergebnisse in einem Webinar vorgestellt. Die Aufzeichnung dazu ist [hier](#) verfügbar.

Herausgekommen ist ein Baukasten sowie eine Anleitung, die helfen sollen, Kampagnen nach dem System der Stakeholder Journey aufzusetzen und durchzuführen. Außerdem gibt die Gruppe wertvolle Tipps, wie der Bau der eigenen Stakeholder Journey gelingt.

Das Whitepaper zum Webinar steht kostenlos zur Verfügung.

Im Anhang des Whitepapers stellt die Gruppe außerdem ihren erarbeiteten Baukasten als Poster zur Verfügung.

[Zum Whitepaper](#)

Themencluster Wirkungsmessung

Einladung zu zwei neuen Initiativen

Initiative „Wie erstelle ich effizient wirksamen Content und verbreite ihn erfolgreich?“

Wir heben in der AG CommTech gerade eine neue Initiative aus der Taufe: Wie erstelle ich effizient wirksamen Content und verbreite ihn erfolgreich?

Hast Du Lust, bei dieser Initiative mitzumachen? Ziel ist es, ein Whitepaper für die AG CommTech zu erstellen und ein Webinar zu veranstalten. Wir freuen uns, möglichst viele von Euch in dieser Initiative wieder zu treffen.

Initiative „Erfolgsmessung in der Kommunikation 2.0“

Die Erfolgsmessung in der Kommunikation ist in der AG CommTech ein wichtiger Arbeitsschwerpunkt – und für viele Kommunikationsabteilungen der Bereich, in dem am schnellsten Erfolge in der Digitalisierung erzielt werden können. Im letzten Jahr haben eine Reihe von Kolleginnen und Kollegen in der AG CommTech bereits ein Kennzahlensystem für die Erfolgsmessung entwickelt – das eine enorme Resonanz in unserer Zunft hervorgerufen hat.

Mit der damit einhergehenden Sichtbarkeit in der Fachöffentlichkeit der Kommunikatoren gab es aber auch Kritikpunkte an diesem Kennzahlensystem – und Ideen, es nochmals besser zu machen. Deshalb wollen wir nun eine weitere Initiative starten, die dieses optimierte Kennzahlensystem entwickelt.

Impulsgeber für diese Initiative ist unter anderem Dr. Reimer Stobbe von der MunichRe, der sich schon seit vielen Jahren in der Entwicklung der Erfolgsmessung für die Kommunikation federführend in Deutschland engagiert. Er lädt uns zur MunichRe ein, damit wir persönlich in einem Workshop an den Verbesserungen arbeiten können.

Wer an einer oder beiden Initiativen mitmachen möchte, kann sich per [E-Mail](#) an Jörg Forthmann wenden.

Themencluster Wirkungsmessung

Wow, das ist Community!

Im Cluster Wirkungsmessung ist die Idee entstanden, dass sich die AG CommTech um Forschungsgelder bemüht, um professionelle Medienanalysen noch preiswerter – und damit auch erreichbar für kleinere Kommunikationsabteilungen – zu machen (die Großen freuen sich wahrscheinlich auch über Budget schonende Lösungen 😊). Um mit einem Forschungsantrag erfolgreich zu sein, ist eine ganze Reihe an Anforderungen zu erfüllen. Eine davon sind Pilotunternehmen, die sich für den Praxistest der neu entwickelten Lösung zur Verfügung stellen. Hier hat sich die große Stärke der AG CommTech bewiesen: Mehr als ein Dutzend Unternehmen haben sich innerhalb eines Tages bereit erklärt, uns hier zu helfen. Klasse!

Der Forschungsantrag wird derzeit ausgearbeitet. Noch ist nicht sicher, ob wir in den Genuss von Fördergeldern kommen – eine tolle Erfahrung war es aber auf jeden Fall!

Themencluster Wirkungsmessung

Impulspapier „Von Daten zu Stories – Was KI im Newsroom möglich macht“

Eine Mehrheit der Kommunikationsabteilungen arbeitet an einem Newsroom - oder hat es sich zumindest vorgenommen. Hier spielt KI eine große Rolle. Für was diese Technologie im Newsroom alles genutzt werden kann, hat die AG CommTech in einem Impulspapier zusammengetragen. Dieses steht nun kostenfrei zum [Download](#) zur Verfügung.

Regionaltreffen Erstes Regionaltreffen der AG CommTech in Frankfurt: Wertbeitrag im Fokus



Die Ergebnisse des CommTech-Index haben die passenden Stichworte für eine lebhaftere Diskussion anlässlich des ersten Regionaltreffens der AG CommTech in Frankfurt geliefert. Knapp 20 Interessenten kamen Anfang Februar bei der Script Communications GmbH zusammen und tauschten sich über die Ergebnisse der Untersuchung aus, die von Christina Rettig von Schott und dem Kommunikationsberater Klaus Treichel erläutert wurden.

Wieder einmal hat sich gezeigt, wie relevant das CommTech-Thema in den Kommunikationsabteilungen und Agenturen derzeit ist. So wurde beispielsweise diskutiert, wie komplex es ist, den Wertbeitrag der Kommunikation für die Unternehmen zu beziffern. Viele streben nach Übersetzung des Wertbeitrags in monetäre Kennzahlen, aber, so warfen Teilnehmer die Frage auf – ist das zielführend? Wie will man beispielsweise verhinderte Aufmerksamkeit messen? Im CommTech-Index kommt zudem heraus, dass der Newsroom von vielen als „Sehnsuchtsort“ betrachtet wird. Die Diskussion ergab, dass der Newsroom eher als eine Metapher für die Änderung der Arbeitsweise gesehen wird: Vor allem in der datengetriebenen Kommunikation wird mehr und mehr themenzentriert gedacht und teamübergreifend zusammengearbeitet.

Wer den Dialog fortsetzen will, melde sich gerne bei [Christina Rettig](#) oder [Klaus Treichel](#).

AUFGELESEN



Academic Society: Communications Trend Radar 2024

Der Communications Trend Radar wird seit 2020 jährlich von der Academic Society for Management & Communication veröffentlicht und von Teams der Universitäten Leipzig und Potsdam durchgeführt. Das übergeordnete Ziel ist es, Kommunikationsprofis auf Trends vorzubereiten, die ihre Arbeit prägen werden. Dabei konzentriert sich der Report gezielt auf den aktuellen beruflichen und wissenschaftlichen Diskurs in den Bereichen Management, Technologie sowie Gesellschaft.

Die in diesem Jahr identifizierten Trends sind: Informationsinflation, KI-Kompetenz, Arbeitskräftewandel, Integrität von Inhalten und Entschlüsselung von Menschen. So zeigt beispielsweise der Trend „Informationsinflation“, dass die Menge an Daten und Informationen aufgrund technologischer Fortschritte in der Datenbeschaffung, -speicherung und -verarbeitung zunimmt. Gleichzeitig ändert sich der Konsum von Inhalten. Dies hat Auswirkungen auf die interne und externe Kommunikation. Um die Stakeholder dennoch zu erreichen, braucht es einzigartige und ansprechende Inhalte. Generative KI-Anwendungen können hierbei helfen, da sie eine schnelle Hyperpersonalisierung ermöglichen. Zudem ist der Einsatz von Natural Language Processing, maschinellem Lernen, textanalytischen Anwendungen und Sprach-zu-Text-Software notwendig, um Corporate Listening und Monitoring zu skalieren.

Eine Empfehlung des Radars: Das Potenzial von CommTech nutzen und in digitale Technologien investieren, die für Informationsbeschaffung, Inhaltserstellung und Personalisierung notwendig sind, um sich von der Konkurrenz abzuheben. Gleichzeitig gilt es auch die KI-Kompetenz unter Kommunikationsprofis auszubauen, um die verfügbaren Technologien nutzen zu können. Wer mehr erfahren möchte, kann den Report kostenlos [downloaden](#).



Microsoft: New Future of Work Report 2023

Die New Future of Work Report Serie von Microsoft wird seit 2021 durchgeführt und hat zum Ziel, neue und relevante Forschung zur Arbeitswelt zu synthetisieren. Die diesjährige Ausgabe konzentriert sich auf Forschung im Zusammenhang mit der Integration von LLMs. Der Report thematisiert dabei unter anderem wie LLMs für die Informationsarbeit, für komplexe und kreative Aufgaben sowie für Teamkollaboration und Kommunikation genutzt werden können. Zudem beantwortet er die Frage, wie Organisationsmitglieder effektiv mit LLMs zusammenarbeiten, wie sie in verschiedenen Arbeitsbereichen eingesetzt werden können und welche Implikationen dies für die zukünftige Arbeit und Gesellschaft hat.

So zeigt der Report beispielsweise, dass LLMs die Interaktion, Koordination und Workflows von Teams verbessern, indem sie Echtzeit- und retrospektives Feedback bieten und ganzheitliche Rahmenbedingungen nutzen. Gleichzeitig könnten LLMs auch dazu beitragen, das Wissensmanagement in Organisationen zu verbessern, indem Silos beseitigt werden. Der Report liefert wertvolle Insights für Kommunikationsprofis, die als Treiber von Transformationsprojekten für die Integration in den Unternehmensalltag fungieren. Er steht kostenfrei zum [Download](#) zur Verfügung.

MENSCHEN



Aktiv in der AG CommTech Dr. Reimer Stobbe

Dr. Reimer Stobbe arbeitet seit 1999 in der Unternehmenskommunikation von Munich Re und ist seit 2004 u.a. für Wirkungsmessung und Analytics zuständig, aktuell im Team Digital Communications. Der promovierte Historiker hat als langjähriger Leiter des Fachkreises Kommunikations-Controlling im Internationalen Controller Verein (ICV) an der Entwicklung der

Standardmethoden des Faches in Deutschland maßgeblich mitgewirkt. Über mehrere Jahre war er Dozent für Kommunikationsmanagement an der Hochschule Quadriga in Berlin.

Warum bist du Mitglied in der AG CommTech geworden?

Ich habe schon viel in Arbeitskreisen u.a. bei DPRG und ICV gearbeitet. Mir gefällt die Art, wie sich die AG CommTech als Community organisiert – mit Initiativen, die einen klaren Zielhorizont haben, mit einem Teamskanal, der Austausch auf Augenhöhe problemlos möglich macht. Stark ist die große Sichtbarkeit, mit Buchveröffentlichung, LinkedIn Webinaren und Whitepapern. Nur so lässt sich für das Anliegen Aufmerksamkeit erzeugen.

Wie bist du auf das Thema/die AG CommTech aufmerksam geworden?

Zuerst durch die Buchveröffentlichung „Erfolgsfaktor CommTech“. Dann aber besonders durch das „KPI-Framework“: Ich gehöre zu denen, die 2009 das DPRG/ICV Wirkungsstufenmodell als Standard in die Welt gebracht haben – 14 Jahre im ICV Fachkreis zum Managementmodell weiterentwickelt. Es ist auch Grundlage für das, was wir bei Munich Re aufgebaut haben. Deshalb möchte ich in einer CommTech „Initiative“ das KPI-Framework mit dem Modell in Übereinstimmung bringen.

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

Ich beschäftige mich schon so lange mit der Stufenlogik des Wirkungsstufenmodells. Wir planen und messen die Kommunikationskampagnen bei Munich Re entlang der Journey. Was ist das Ziel der (ersten) Reise? Awareness oder Conversion? Wo steht die Zielgruppe vor dem Start? Aus der Journey bzw. Stufen Denke lassen sich so viele gute Fragen und Antworten ableiten. Das Stufenmodell muss für die Journey anders gedacht werden – ein wichtiger Schritt.

LIVE



Einladung zum Regionaltreffen in Berlin

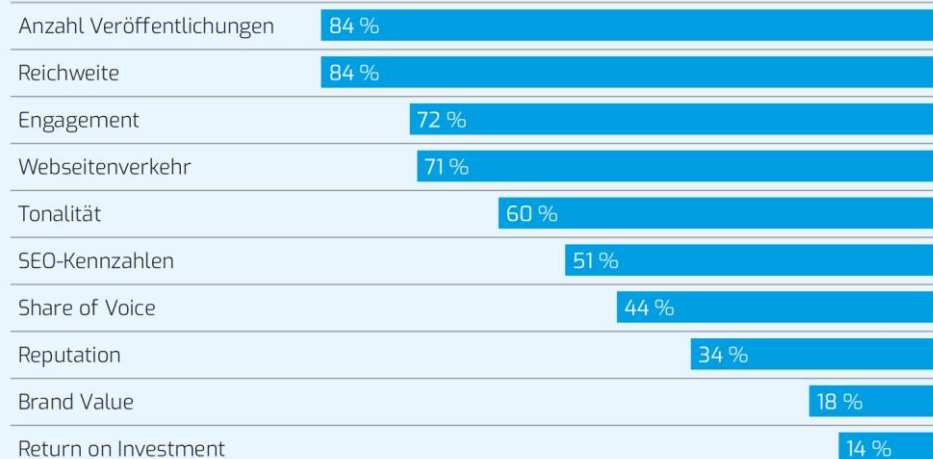
Die AG CommTech kommt nach Berlin! Es ist die Gelegenheit, sich mit Kommunikationskolleginnen und -kollegen informell über das aktuell zentrale Thema in der Kommunikationsbranche auszutauschen: #CommTech und die #Digitalisierung. Das erste Berliner Regionaltreffen der AG CommTech findet als **After-Work-Event im Deutschen Institut für Normung (DIN)** statt (Burggrafenstraße 6, Berlin) – und zwar am **21. März 2024, von 17:00 bis 20:00 Uhr**.

Wir diskutieren an dem Nachmittag insbesondere über den ersten "CommTech Index Report". Er liefert Einblicke in den Stand der Digitalisierung der Kommunikation in Unternehmen und PR-Agenturen in Deutschland. 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“ eingeschätzt. Gastgeber André Hewer vom DIN wird uns begrüßen; Klaus Treichel aus dem Leitungskreis der AG CommTech stellt die Ergebnisse vor.

In Berlin wollen wir diskutieren: Welche Erfahrungen habt Ihr gemacht? Welche Tools helfen Euch im beruflichen Alltag weiter? Wie ist es bei Euch um die Datenkultur bestellt? Sucht Ihr eine Gelegenheit, Euch mit anderen über Best Practice auszutauschen? Es gibt Getränke, Häppchen und Inspiration. Wir freuen uns auf Eure Teilnahme.

Wer dabei sein will, kann sich per E-Mail bei [Klaus Treichel](#) oder [André Hewer](#) melden.

Gegenwärtig in der Medienanalyse genutzte Kennzahlen



So verändert künstliche Intelligenz das Themen- und Reputationsmanagement

Kommunikationsabteilungen sind traditionell gut informiert, WIEVIEL über ihr Unternehmen berichtet wird. Als die Anzahl der Erwähnungen, die Reichweite oder die Verteilung über die Kanäle. Was allerdings die wenigsten Kommunikationsentscheider wissen, ist, WORÜBER zu ihrem Unternehmen und zum Wettbewerb gesprochen wird. Ob es gelingt, seine eigenen strategischen Themen durchzusetzen. Ob es spannende, aufkommende

Themen gibt, die man besetzen sollte. Ob das eigene Reputationsprofil tatsächlich zur Kommunikationsstrategie passt – oder korrigiert werden sollte. Diese Inhaltsanalysen werden durch künstliche Intelligenz möglich, denn diese Technologie codiert kostengünstig abertausende Aussagen - was früher händisch gemacht werden musste und deshalb für die allermeisten Kommunikationsabteilungen viel zu teuer war. Wie KI das Themen- und Reputationsmanagement von Unternehmen verändert, zeigen am **28. März von 10:00 bis 11:00 Uhr** in einem kostenfreien Webinar der AG CommTech:

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

[Jetzt anmelden](#)

MITMACHEN

Themencluster Organisation

Christina Rettig

christina.rettig@schott.com

Oliver Lönker

oliver.loenker@siemens-healthineers.com

Philipp End

pend@munichre.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



Fakultät Group
EXCELLENCE
CREATES VALUE



YESSPRESS®

pressrelations
knowledge discovery

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

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