

AG COMMTECH

Guten Tag,

in der kommenden Woche hat die CommTech Academy ihre Auftaktveranstaltung mit der Summer-School & Excellence Forum in Ingolstadt. Wenn Du Dich am 9. Juli noch fit für die Digitalisierung und KI machen möchtest, gibt es noch wenige Tickets [hier](#). Deine Mitwirkung ist beim laufenden CommTech Index Survey gefragt. Der aktuelle Survey soll Klarheit darüber verschaffen, wie digital die Kommunikationsabteilungen und PR-Agenturen in Deutschland, Österreich und der Schweiz tatsächlich sind. Investiere 15 Minuten Deiner Zeit, um aus Schwarmintelligenz der Profession Deinen Nutzen zu ziehen. Hier ist der [Link](#) zur Befragung.

In diesem Newsletter geht es um die „richtige“ Fehlerkultur beim Umgang mit Daten; wir lernen, wie Audi mit Hilfe von KI Benchmarking organisiert und lesen dazu nützliche Tipps aus dem Themen-Cluster Wirkungsmessung. Die gibt es auch aus der Initiative Prozessautomatisierung und dem gerade erschienenen Whitepaper zu diesem relevanten Thema. Alle CvDs, Heads of Newsroom oder wie die Rolle benannt ist, dürfen sich über die Bildung der neuen Interessensgruppe unter Leitung von Nikola Gardeweg freuen. Wir bleiben auch über den Sommer mit einem [Webinar](#) zum Thema Wirkungsmessung präsent und wer noch Urlaubslektüre sucht, dem helfen unsere Lesetipps.

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



Datadriven Comms braucht eine gesunde Fehlerkultur

Thomas Mickleit

Am Ende des Quartals entsteht in vielen Kommunikationsabteilungen ein Quartalsreport, der zum Bedeutungs-Nachweis an das Management verschickt wird. Nicht selten kapriziert man sich darauf, den Report als eine Erfolgsbilanz zu tunen. Weniger erfolgreiche Maßnahmen fallen dann unter den Tisch oder es werden nur Datenpunkte herausgezogen, an denen der mangelnde Erfolg nicht auf den ersten Blick sichtbar ist. Damit offenbart sich eine Datenkultur, die Kommunikationsabteilungen daran hindert, ihr volles Potenzial zu entfalten.

[Weiterlesen](#)



Interview mit Richard Tigges: Werkstattbericht - „Wir messen mit KI, wie stark die Medien unsere Botschaften übernehmen.“

„Mit KI die Kraft von Benchmarking und Best Practices nutzen – und den Kommunikationserfolg systematisch steigern“ war Thema des CommTech Webinars Ende Juni. Richard Tigges, Director Global Strategic

Communications bei Audi, berichtete vom KI-gestützten Medienmonitoring, das täglich Benchmarks zutage fördert.

AG CommTech: Bei Audi setzt ihr Künstliche Intelligenz (KI) ein und habt sie sogar zum Kommunikationsberater ernannt. Wie hat euch die Umstellung auf KI gebracht?

Richard Tigges: Tatsächlich war diese Neuerung eine logische Fortsetzung unserer Reise hin zu stärker datenbasierten Entscheidungen. KI hilft uns dabei, systematisch medialen Content zu durchleuchten und Trends aufzuspüren. Im täglichen Media Monitoring erkennt KI bisher unbekannte Entitäten, d.h. Objekte, Personen oder Unternehmen. Das kommt uns zugute, wenn etwa in China eine neue Automarke auftaucht. Das System informiert uns automatisch und liefert gleich relevante Informationen mit: Führungscrow, Strategie, Produktangebot dieser neuen Marke – soweit öffentlich irgendwo auf der Welt verfügbar.

[Weiterlesen](#)

MASCHINENRAUM

Themencluster Stakeholder Journey Neues Whitepaper "Prozessautomatisierung in der Unternehmenskommunikation"

Aus der Befragung zum **CommTech Index Report 2023** ergab sich, dass 43% aller Befragten Prozessautomatisierung als das zweitwichtigste Feld für Investitionen sehen, die innerhalb der nächsten zwölf Monate getätigt werden sollen. Im Management war Prozessautomatisierung mit 72% sogar das mit Abstand wichtigste Feld.

Allerdings ließen die Erhebungen des CommTech Index Report keine Rückschlüsse darauf zu, welche konkreten Prozesse in der Kommunikation aktuell bereits automatisiert sind bzw. die Automatisierung welcher Prozesse den Kommunikationsverantwortlichen besonders wichtig ist. Diese Erkenntnislücke wurde mit einer **Online-Befragung** unter Kommunikationsexperten im März/ April 2024 geschlossen.

Die Befragung bestätigte die **Wichtigkeit von Prozessautomatisierung**, deckte zugleich aber den noch geringen Automatisierungsgrad und weitreichende **Unkenntnis über Automatisierungsmöglichkeiten** auf.

Dieses Whitepaper soll für Kommunikationsabteilungen eine Handreichung sein, um ihre Automatisierungsprojekte erfolgreich durchzuführen. Es zeigt auf,

- welche Automatisierungsmöglichkeiten bestehen,
- welche Kriterien Prozesse erfüllen müssen, um automatisiert werden zu können,
- wie ein erfolgreicher Automatisierungsprozess aufgesetzt wird,
- welches Toolset für Automatisierung in Frage kommt.

Das Whitepaper (32 Seiten) kann kostenlos heruntergeladen werden.

Themenccluster Wirkungsmessung

Ein flammendes Plädoyer für das Benchmarking in der Kommunikation

Lasst uns einen Moment innehalten und über die Bedeutung von Benchmarking in Kommunikationsabteilungen sprechen. Benchmarking ist nicht nur ein Schlagwort oder eine Modeerscheinung, sondern ein essenzielles Instrument zur Förderung von Exzellenz und kontinuierlicher Verbesserung. Es ist an der Zeit, dass wir die immense Macht des Benchmarkings voll ausschöpfen, um unsere Kommunikationsstrategien zu revolutionieren und unsere Ziele mit größerer Präzision und Effizienz zu erreichen.

Warum Benchmarking?

Benchmarking ermöglicht es uns, uns nicht nur mit der Vergangenheit, sondern auch mit den Besten unserer Branche zu messen. Es gibt uns einen klaren Einblick in unsere Leistung im Vergleich zu den Spitzenreitern und zeigt uns, wo wir stehen und wo wir hin müssen.

Studienergebnisse belegen den Nutzen

Zahlreiche Studien unterstreichen die Vorteile des Benchmarkings. Eine Untersuchung von Deloitte hat gezeigt, dass Unternehmen, die Benchmarking aktiv nutzen, eine um 20 % höhere Leistungsfähigkeit aufweisen als ihre Mitbewerber, die dies nicht tun. Diese Organisationen sind besser in der Lage, Schwachstellen zu identifizieren und Verbesserungen gezielt umzusetzen. Das gilt auch für Kommunikationsabteilungen.

Eine Studie der Harvard Business Review fand heraus, dass Unternehmen, die regelmäßig Benchmarking betreiben, eine um 15 % höhere Effizienz und eine um 25 % bessere Mitarbeiterzufriedenheit erreichen. Diese Zahlen sprechen eine deutliche Sprache: Benchmarking führt zu besseren Ergebnissen und motivierteren Teams.

Konkrete Vorteile für Kommunikationsabteilungen

Erhöhung der Effektivität: Durch Benchmarking können Kommunikationsabteilungen ihre Kampagnen und Strategien mit den Best Practices der Branche vergleichen und ihre Methoden entsprechend anpassen. Dies führt zu einer höheren Effektivität und einer stärkeren Wirkung der Kommunikationsmaßnahmen.

Messbare Ziele: Benchmarking bietet eine Grundlage für die Festlegung messbarer Ziele. Anhand von Vergleichsdaten können realistische und ambitionierte Ziele definiert werden, die die Abteilung voranbringen.

Innovationsförderung: Der Vergleich mit anderen ermöglicht es, innovative Ansätze zu erkennen und zu adaptieren. Kommunikationsabteilungen können

von den Erfolgen anderer lernen und innovative Strategien schneller und effektiver implementieren.

Steigerung der Transparenz und Verantwortlichkeit: Durch regelmäßiges Benchmarking werden Transparenz und Verantwortlichkeit innerhalb der Abteilung gefördert. Mitarbeiter verstehen besser, welche Standards erreicht werden müssen und können ihre Leistung entsprechend ausrichten.

Ein Aufruf zum Handeln

Lasst uns nicht länger zögern. Es ist an der Zeit, dass wir das volle Potenzial des Benchmarkings in unseren Kommunikationsabteilungen entfesseln. Indem wir uns kontinuierlich mit den Besten messen, können wir unsere Strategien verfeinern, unsere Ziele klarer definieren und letztendlich unseren Erfolg maximieren.

Benchmarking ist nicht nur ein Werkzeug, sondern eine Philosophie der ständigen Verbesserung. Es fordert uns heraus, besser zu werden, unsere Grenzen zu überschreiten und das Beste aus uns und unseren Teams herauszuholen.

Lasst uns heute den ersten Schritt machen. [Hier](#) findet Ihr das jüngste Whitepaper zum Benchmarking in der Kommunikation zum Download.

Englischsprachiges Fachbuch CommTech Autorinnen und Autoren gesucht!

Der Springer Verlag hat uns eingeladen, auf Basis der deutschen Version des CommTech-Buches eine erweiterte und ergänzte internationale Ausgabe in englischer Sprache zu realisieren.

Herausgeber der englischsprachigen Version sind Thomas Mickleit, Jörg Forthmann und Prof. Dr. Uwe Seebacher.

Wer Interesse hat, als Autor*in einen Beitrag zu diesem Werk zu leisten, ist herzlich eingeladen sich per E-Mail an info@agcommtech.de zu wenden.

Interessensgruppe CvD Nikola Gardeweg startet Interessensgruppe „Newsroom CvDs“

Der Newsroom ist die digitale Herzkammer vieler Unternehmen. Laut CommTech Index Report arbeiten bereits 56% der größeren Kommunikationsabteilungen in einem Newsroom – der nicht immer so heißen muss. Den Newsroom zu managen ist eine anspruchsvolle Rolle, die die unterschiedlichsten Aufgaben umfassen kann. Wer neu in die Rolle kommt, hat es nicht immer leicht, den „Sack Flöhe“ einer dynamischen Kommunikation in den Griff zu bekommen.

In der neuen Interessensgruppe können sich CvDs informell austauschen, sich gegenseitig unterstützen und Best Practices für die Arbeit eines/r CvD teilen. Nikola ist gemeinsam mit ihrer Marketing-Kollegin Maren Lübbecke seit November 2022 Leiterin des Newsrooms der Swiss Life Deutschland. Beide

sagen, der [Newsroom ist unser Digitalisierungsmotor](#). Wer Lust hat, sich der Interessensgruppe anzuschließen, schreibt einfach eine Mail an: Info@agcommtech.de

AUFGELESEN



HIRSCHTEC & Haillo: Der Hoodie-Check

In einer Zeit, in der Arbeitskräftemangel und demografischer Wandel Unternehmen vor immense Herausforderungen stellen, wird die Attraktivität als Arbeitgeber immer wichtiger. Besonders die Generation Z, die in den kommenden Jahren und Jahrzehnten den Erfolg von Unternehmen maßgeblich mitprägen wird, spielt hierbei eine zentrale Rolle. Doch was erwarten die 18- bis 29-Jährigen von ihrem Arbeitsplatz und finden sie tatsächlich die moderne, digitale Arbeitsumgebung vor, die sie sich wünschen?

Insgesamt unterstreichen diese Erkenntnisse die Notwendigkeit für Unternehmen, sich stärker auf die Bedürfnisse der Generation Z einzustellen und ihre digitalen Infrastrukturen zu verbessern. Dies erfordert Investitionen in Technologie, eine ansprechende und moderne Arbeitgebermarke sowie eine starke Fokussierung auf Benutzererfahrung und kontinuierliche Innovation. Nur so können sie wettbewerbsfähig bleiben und den zukünftigen Erfolg in einer zunehmend digitalen Arbeitswelt sichern.

Eine unverzichtbare [Lektüre](#) für alle, die den Puls der digitalen Medienwelt fühlen wollen!



Reuters Institute: Digital News Report 2024

Ein absolutes Muss für alle, die sich für Digitalisierung und Mediennutzung interessieren! Der Digital News Report 2024 vom Reuters Institute bietet wieder spannende Einblicke in die weltweite Nachrichtennutzung. Die umfassende Studie, die zeitgleich in 47 Ländern durchgeführt wurde, beleuchtet aktuelle Trends und nationale Besonderheiten.

Ein zentrales Thema des Berichts ist die wachsende Bedeutung von Plattformen für den Nachrichtenkonsum und die Produktion. Besonders visuelle soziale Medien wie TikTok, Instagram und YouTube spielen eine immer größere Rolle. Der Bericht untersucht außerdem die Einstellung des Publikums zur Verwendung von Künstlicher Intelligenz (KI) in Nachrichten. In Deutschland haben bereits 52% der erwachsenen Internetnutzer viel oder mäßig viel über KI gelesen oder gehört. Doch die Skepsis bleibt groß: Jeder Zweite fühlt sich unwohl bei Nachrichten, die überwiegend von KI mit nur etwas menschlicher Aufsicht produziert werden. Interessanterweise steigt die Akzeptanz, wenn KI lediglich unterstützend wirkt und menschliche Journalisten

den Hauptteil der Arbeit übernehmen – hier fühlen sich 36% der Befragten wohl.

Der vollständige Bericht steht kostenfrei zum [Download](#) zur Verfügung.



ARD- Forschungsdienst: Künstliche Intelligenz im Journalismus

Die Studie über den Einsatz von Künstlicher Intelligenz im Journalismus zeigt, wie die Digitalisierung die Art und Weise verändert, wie Nachrichten erstellt und konsumiert werden.

KI bietet zahlreiche Chancen, wie Zeit- und Kostenersparnis durch Automatisierung, die Verarbeitung großer Datenmengen für fundierte Berichte, die Personalisierung von Nachrichten, Qualitätsverbesserung durch Fehlerminimierung und die Reduzierung von Verzerrungen für objektivere Berichterstattung. Dem gegenüber stehen auch Risiken: Verlust von Arbeitsplätzen, potenziell sinkende Qualität der automatisierten Inhalte, Vertrauensverlust der Nutzer, Missbrauch zur Manipulation und Fehlinformation sowie mangelnde Transparenz bei der Nutzung von KI-Algorithmen.

Die Einstellung der Bevölkerung gegenüber automatisiertem Journalismus und KI im Journalismus ist zwiespältig und von verschiedenen Faktoren abhängig. 21% der Befragten unterstützen die Nutzung von KI-Tools in den Medien und circa zwei Drittel stimmten der Aussage zu, dass sich die Qualität der Berichterstattung durch den Einsatz von KI verbessern würde. Weniger als 20% der Studienteilnehmer erwarten dagegen durch den Einsatz von KI-Verbesserungen in der Qualität des Journalismus, wie mehr Transparenz, Objektivität und Diversität.

Die vollständige [Studie](#) bietet einen tiefgehenden Einblick in dieses spannende Thema.

MENSCHEN



Neu in der AG
CommTech
Denise Kunz

Liebe Kolleginnen und Kollegen,

mein Name ist Denise, ich bin 24 Jahre alt und ich freue mich sehr, mich euch als neue Werkstudentin der AG CommTech vorzustellen. Als Masterstudentin im Studiengang Communication Management an der Universität Leipzig bringe ich ein starkes Interesse und die Leidenschaft für innovative Technologien sowie deren Einflüsse auf die Kommunikation mit. Diese Leidenschaft bringt mich nun zu CommTech, wo ich die Möglichkeit habe, meine Kenntnisse und Interessen weiter zu vertiefen.

In meiner neuen Rolle als Werkstudentin unterstütze ich das Leitungsteam bei der Planung und Durchführung von Events sowie bei allen anfallenden Aufgaben. Ich freue mich auf die Zusammenarbeit mit euch und darauf, Teil dieses großartigen Teams zu sein.

Liebe Grüße aus Leipzig

Denise

Kontakt: denise.kunz@imwf.de

LIVE

CommTech Academy Summer School & Excellence Forum

Communication meet Technology
Die Lern- und Austauschplattform für digital-affine Macher und
Macherinnen in der Unternehmenskommunikation

09. & 10. Juli 2024
Audi Forum, Ingolstadt



YESSPRESS

AITASTIC



CommTech Academy - Summer School & Excellence Forum

Wie angekündigt, startet die CommTech Academy mit ihrem Programm zur Jahresmitte. In der **Summer School**, veranstaltet von der AG CommTech und der Audi Kommunikation, unserer neuen CommTech Academy engagieren wir uns für eine weitere Professionalisierung unseres Berufsstandes: So sind wir **am 09. und 10. Juli zu Gast im Audi Forum Ingolstadt** und freuen uns mit Euch auf ein umfassendes Rahmenprogramm. Ein kurzweiliger Museumsbesuch mit einem Spaziergang durch mehr als hundert Jahre Automobilgeschichte, eine virtuelle Werkführung im AudiStream mit einem live moderierenden Videojockey, spannende Impulsvorträge und Deep Dives in zahlreichen Breakouts erwarten Euch. Wer gleichzeitig die AI-Ausgabe des Excellence Forums am Folgetag in Ingolstadt erleben will, kann sich außerdem ein preiswertes Kombiticket sichern. Dann bietet sich auch die

Teilnahme an der abendlichen Preisverleihung an die CommTech-Champions 2024 an.

Das Programm in Kürze:

- **08. Juli:** kostenloser Metaverse-Ausflug in die digitale Werkführung AudiStream, Keynote und Networking (Hinweis: Nur mit vorheriger Anmeldung über ein zusätzlich zu buchendes, kostenfreies Ticket.)
- **09. Juli – morgens (09:00 - 09:45 Uhr):** kostenlose Führung durchs Audi museum mobile (Hinweis: Nur mit vorheriger Anmeldung über ein zusätzlich zu buchendes, kostenfreies Ticket. Begrenzte Plätze.)
- **09. Juli – Hauptprogramm (10:30 - 17:15 Uhr):** Lern-Impulse von Expert*innen aus allen Clustern der AG CommTech von Stakeholder-Journey über Analyse bis Technologie in der CommTech Academy Summer School
- **09. Juli - abends (18:00 - 20:30 Uhr):** Auszeichnung der CommTech-Champions 2024 (Hinweis: Nur mit vorheriger Anmeldung über ein zusätzlich zu buchendes, kostenfreies Ticket.)
- **10. Juli – Hauptprogramm (10:00 - 17:00 Uhr):** Erleben und Ausprobieren Künstlicher Intelligenz als Gast im Excellence Forum

Am besten schnell anmelden – mehr Informationen findet Ihr auf unserer [Event-Seite](#).

Jetzt anmelden



So weisen Kommunikatoren stichhaltig ihren Erfolg nach

Welchen Mehrwert leistet eigentlich die Kommunikationsabteilung für das Unternehmen? Wer auf diese Frage nur mit der hohen Zahl der Veröffentlichungen, die erfreuliche Reichweite oder den beeindruckenden Share of Voice antwortet, verkauft sich deutlich unter Wert. Denn in diesen Kennzahlen erkennt das Management keinen echten Mehrwert der Kommunikationsabteilung. Die Folgen sind: schlechtes Standing im Haus und niedrige Budgets. Das muss nicht so sein. Wie Kommunikationsabteilungen ihren Erfolg stichhaltig nachweisen können, zeigen wir im nächsten kostenfreien Webinar der AG CommTech am **24. Juli von 10:00 bis 11:00 Uhr**. Mit dabei sind:

- Dr. Reimer Stobbe, Digital Communications bei der Munich Re,

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

[Jetzt anmelden](#)

COMMTECH ACADEMY

Aktuelles Angebot der CommTech Academy

Mit ihrem Angebot richtet sich die Academy in Kooperation mit Media Workshop spezifisch an Führungskräfte, Kommunikator*innen, PR-Praktiker*innen und Agenturmitarbeitende. Das Ziel der einzelnen Formate ist die direkte Anwendbarkeit in der Praxis und vernetztes CommTech-Wissen auf dem neuesten Stand.

- **Einsatz leistungsstarker Kommunikations-Tools** | Christian Albrecht | 20. September
- **Bildgenerierung mit KI in der Unternehmenskommunikation** | Christof Schmid | 12. September 2024, 10. Oktober 2024
- **AR, VR und Mixed Reality in der Unternehmenskommunikation** | Christof Schmid | 19. September 2024, 11. Oktober 2024, 19. November 2024
- **Wie lässt sich eine Stakeholder Journey sinnvoll aufbauen?** | Klaus Treichel | 16. Juli 2024, 08. Oktober 2024
- **Endlich den Erfolg der Kommunikation stichhaltig nachweisen und die operative Kommunikationsarbeit optimieren** | Jörg Forthmann | 18. Juli 2024, 17. September 2024, 17. Oktober 2024, 14. November
- **Digital Newsroom** | Thomas Mickleit | 16. Oktober 2024

[Jetzt buchen](#)

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

casinij@mediamarktsaturn.com

Lena Wouters

lena.wouters@koerber.com

Interessensgruppe Interne Kommunikation

Markus Fuhrmann

markus.fuhrmann@universal-investment.com

Interessensgruppe CvD

Nikola Gardeweg

nikola.gardeweg@swisslife.de

Interessensgruppe Data Analysts

N.N.

[LinkedIn-Gruppe AG CommTech](#)

Medienpartner



Förderer



Faktenkontor 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](#)