

[View this email in your browser](#)



Ausgabe 33 / Oktober 2024

# AG COMMTECH

**Guten Tag,**

bis zum 15. Oktober gibt es noch Tickets für den CommTech Summit am 27.11. in Hamburg zum Early-Bird-Tarif. Das Programm verspricht eine spannende Veranstaltung, bei dem der Einsatz von KI in der Unternehmenskommunikation eine besonders wichtige Rolle spielt.

[Jetzt anmelden](#)

Zurzeit läuft die Auswertung der Befragung zum CommTech Index und ein Ergebnis ist, dass der Anteil der Befragten, die KI als Chance begreifen ggü. dem Vorjahr nochmals deutlich gestiegen ist – von 75 Prozent auf 81 Prozent. Alle Ergebnisse werden beim CommTech Summit vorgestellt.

In diesem Newsletter erwartet Dich ein Interview mit Katharina Brunsendorf (Scalable Capital) zu den Möglichkeiten und Grenzen in der Zusammenarbeit mit Influencern, Jens Christmann erläutert in seinem Blogbeitrag, was man unter „Performance Communications“ abgeleitet von „Performance Marketing“ versteht. Christina Rettig bietet einen Einblick wie CommTech bei Schott lebendig wird. Wir stellen attraktive Möglichkeiten vor, wie Du und/oder Dein Unternehmen die AG CommTech fördern könnt. Neue Lesetipps geben Orientierung und natürlich bieten wir auch ein kostenloses Webinar im Oktober – „Strategisches Themenmanagement – so gehts“.

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



### **Performance Communication - Was die Kommunikation vom Marketing lernen kann**

*Von Jens Christmann*

Wie kann die Unternehmenskommunikation von den Methoden des Performance Marketings profitieren? Was kann 1:1 übernommen, was kann adaptiert oder zumindest als Inspiration genutzt werden? Mit diesen Fragen beschäftige ich mich seit einiger Zeit und werde dazu auch einen Workshop beim CommTech Summit in Hamburg am 27. November halten.

### Was ist Performance Marketing?

Performance Marketing ist eine datenbasierte und ergebnisorientierte Marketingstrategie. Der Fokus liegt darauf, messbare Ergebnisse zu erzielen und den Return on Investment zu maximieren. Alle Marketingaktivitäten werden anhand konkreter Key Performance Indicators gemessen. Statt nur auf Reichweite oder Sichtbarkeit zu setzen, zählen vor allem Interaktionen und Transaktionen. Alle Maßnahmen werden ständig analysiert und optimiert, basierend auf den erhobenen Daten.

[Weiterlesen](#)

GEFRAGT



### Interview mit Katharina Brunsendorf: Die Arbeit mit Influencern ist wie ein Blind-Date

Für Unternehmen wird es immer schwieriger, ihre Botschaften bei ihren Zielgruppen zu platzieren. Wie das Reuters Digital Institute ermittelt hat, vermeiden inzwischen fast 40% aktiv den Konsum von News. Deshalb kommen zunehmend Influencer ins Spiel, über die es gelingt, Zielgruppen wirksam anzusprechen. Mit Katharina Brunsendorf, Head of Content bei Scalable Capital, eine digitale Investmentplattform, sprechen wir über Möglichkeiten und Grenzen sowie den Einsatz von Technologie im Influencer Marketing.

**AG CommTech:** Katharina, warum ist die Arbeit mit Influencern für Scalable Capital wichtig? Wie seid Ihr dafür aufgestellt?

**Katharina:** Wir geben dem Thema Kooperationen mit Influencerinnen und Influencern große Bedeutung. Daher haben wir explizit ein Team, das sich um die entsprechenden Kooperationen direkt kümmert und abwickelt. Wir haben das Know How bewusst intern aufgebaut und keine Agentur zwischengeschaltet. Das liegt auch daran, dass wir im

Investmentbereich in einer sehr spitzen Gruppe unterwegs sind und ein besonderes Augenmerk auf die persönliche Beziehung legen

[Weiterlesen](#)

## MASCHINENRAUM

### Themencluster Organisation

#### Fallbeispiel SCHOTT: Erste Schritte zur Integration von CommTech

Im Rahmen der CommTech Summer School bei Audi präsentierte das Cluster Organisation mehrere Fallbeispiele, die wir in diesem und den folgenden Newslettern vorstellen wollen. Den Anfang macht SCHOTT, ein internationaler Technologiekonzern für Spezialglas und High-Tech-Materialien. Eine zentrale Erkenntnis von SCHOTT ist, dass CommTech nicht einfach zusätzlich zum Tagesgeschäft eingeführt werden kann. Stattdessen muss es gezielt in die Abteilungsstrategie eingebettet werden, um die nötigen Ressourcen und Verantwortlichkeiten klar zu definieren. Im Zuge einer Umstrukturierung hat SCHOTT daher das Team „Strategic Marketing & Communication“ neu geschaffen, das unter anderem das Mandat für die Koordination von CommTech-Themen hat.

Der ursprüngliche Ansatz, die Geschäftsprozesse der gemeinsamen Abteilung Marketing & Communications zu analysieren und Tools für alle Anforderungen zu evaluieren, wurde schnell verworfen – zu groß war die Anzahl der Möglichkeiten. Stattdessen startete das Team derzeit mit zwei Pilotprojekten, darunter ein KI-basierter Chatbot für Briefing-Dokumente sowie CustomGPTs für wiederkehrende Content-Arten. Diese Use-Cases wurden in einem Abteilungsmeeting identifiziert, so dass das Team direkt auch das Mandat für die Umsetzung sicherstellte. Dieser pragmatische Ansatz ermöglicht es SCHOTT derzeit, erste Erfahrungen zu sammeln und eine solide Grundlage für eine langfristige CommTech-Strategie zu legen.

Im Alltag zeigt sich, dass vermeintlich kleine Schritte notwendig sind, um eine stabile Basis für CommTech zu schaffen. Ein Beispiel dafür ist die Konsolidierung der zahlreichen TEAMS-Teams und Kommunikationskanäle, die in den letzten Jahren entstanden sind. SCHOTT hat diese Kanäle kürzlich gebündelt und eine einheitliche Plattform für das gesamte Marketing- und Kommunikationsteam geschaffen, die mittlerweile auch für die Kommunikation mit den Marketingteams der Geschäftseinheiten genutzt wird. Zusätzlich wurde eine „Single Source of Truth“ für das Speichern von Dateien entwickelt, mit klaren, im Team erarbeiteten Regeln. Diese Maßnahmen stellen nun eine solide Grundlage dar, auf der CommTech aufbauen kann.

Ein weiteres zentrales Element war die klare Zuweisung von Verantwortlichkeiten für jedes genutzte Tool, eine Aufgabe, die beim Online-Marketing-Team liegt. Um die Verständigung innerhalb des Unternehmens zu erleichtern, visualisierte dieses Team das TechStack in einer Sprache, die auch für Kollegen außerhalb der Kommunikationsabteilung leicht

verständlich ist – in diesem Fall durch eine Analogie zu den Produktionsprozessen von SCHOTT.

SCHOTT teilt diese laufenden Erfahrungen gerne mit anderen und steht für Rückfragen oder einen Austausch zur Verfügung. Wendet euch dazu an [christina.rettig@schott.com](mailto:christina.rettig@schott.com).

---

## News aus der AG CommTech

### Neues Förderer-Konzept

Die AG CommTech bietet viel. Dafür benötigt sie Deine Unterstützung

Seit mehr als drei Jahren gibt es die AG CommTech und daraus ist die größte Digitalisierungsinitiative für die Unternehmenskommunikation geworden. Mehr als 550 Mitglieder engagieren sich in Themen-Clustern, Initiativen und Interessensgruppen. Mit Webinaren, Whitepapers, Veranstaltungen und Weiterbildungsmöglichkeiten leisten wir praktische Unterstützung bei der Digitalisierung unserer Profession. Jetzt bieten wir Mitgliedern, Dienstleistern und Unternehmen attraktive Möglichkeiten die AG CommTech finanziell zu unterstützen und ihrerseits von den Angeboten der AG CommTech zu profitieren. Die ab sofort zur Verfügung stehenden Förderpakete stellen wir auf der Website vor.

[Fördermöglichkeiten für Dienstleister und Unternehmen](#)

[Premium Mitgliedschaft Community Förderer](#)

---

#### AUFGELESEN



### Trendmonitor Hybride IK: Künstliche Intelligenz in der Internen Kommunikation

Die von RYZE Digital und der SCM im März 2024 herausgegebene Studie beruht auf einer Befragung von Kommunikationsexperten zum Status der Digitalisierung und zum Einsatz von KI in der Internen Kommunikation. Dabei geben 54 Prozent der Befragten an, dass sie sich auf einem guten Weg befinden, sehen aber noch viel Potenzial nach oben. Der Einsatz von KI wird als das wichtigste Trendthema betrachtet, allerdings haben nur 17 Prozent Zugang zu unternehmensinternen Tools. Fast 40 Prozent nutzen offene KI-Lösungen, zumeist wohl ChatGPT. Eine fehlende KI-Strategie im Unternehmen beklagen

gleich 46 Prozent. Die Studie bestätigt erneut, dass Wirkungsmessung in der IK immer noch wenig verbreitet ist. Fast 40 Prozent der Befragten gab an, dass sie zwar Daten haben, diese aber kaum auswerten. Nur ein Viertel tut das systematisch. [Die vollständige Studie ist hier kostenlos erhältlich.](#)

---



### **Friederike Oehlerking: Mit Daten überzeugen, mit Geschichten inspirieren**

Das gerade bei Springer Gabler erschienene Fachbuch von Friederike Oehlerking schlägt den großen Bogen von der Bedeutung des Data-Storytelling, lässt Erkenntnisse der Gehirnforschung einfließen, erklärt die Schritte von Aufmerksamkeit bis zu Entscheidungen und enthält wertvolle Tipps für die Visualisierung von Daten sowie zum persönlichen Auftritt. Das Buch erinnert in der Struktur stark an das Standardwerk von Brent Dykes „Effective Data-Storytelling“, das auch vielfach zitiert wird. Die Autorin lässt die Leserschaft mit vielen praktischen Tipps an ihrer umfangreichen Erfahrung als Projektmanagerin in großen Technologieunternehmen teilhaben. Das kompakte Werk ist mit 115 Seiten schnell gelesen und gut verdaulich. Vieles lässt sich sofort umsetzen. Prima für einen verregneten Herbstsonntag.

Bei Amazon für 39,99 EUR

---

#### **MENSCHEN**



### **Neu in der AG CommTech: Simone Fuchs**

Simone Fuchs ist seit mehr als 20 Jahren in diversen Fach- und Führungsfunktionen in der Unternehmenskommunikation tätig. Derzeit verantwortet sie als Global Head of Communications & Events Kommunikation und Marketing bei dem Autozulieferer Kiekert AG. Zuvor war sie unter anderem bei Haniel, der MediaSaturn-Holdinggesellschaft Ceconomy und der Commerzbank tätig. Ihr fachlicher Schwerpunkt liegt auf der Unterstützung traditioneller Unternehmen in Transformationsprozessen sowie der

entsprechenden Weiterentwicklung von Strategien, Strukturen und Prozessen in der Unternehmenskommunikation und im B2B-Marketing.

### **Warum bist du Mitglied in der AG CommTech geworden?**

Weil ich mich gerne mit anderen verbinde, gerne Neues lerne und im Moment immer wieder darüber staune, welche Möglichkeiten durch die Anwendung neuer Technologien in der Kommunikation entstehen. In der AG CommTech möchte ich gerne mit anderen gemeinsam staunen – und lernen.

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

Es gibt aktuell ein interessantes kulturelles Paradoxon in der deutschen Wirtschaft: viele Unternehmen sind groß geworden durch Eigenschaften, die genau NICHT die rasche Adaption an neue Technologie unterstützen – also Qualität, Solidität, lange Betriebszugehörigkeiten, entsprechende Sicherheitsorientierung der Angestellten usw. Mit dem Aufkommen neuer Wettbewerber auf der ganzen Welt gilt es eigentlich, mehr Geschwindigkeit und Pragmatismus zu entwickeln, was aber vielen furchtbar schwerfällt. Und das spitzt sich beim Thema Digitalisierung nochmals zu. Kommunikatoren stehen in der Mitte und müssen das Unternehmen mitentwickeln, dabei aber auch den richtigen Weg zwischen den unterschiedlichen Perspektiven finden... was allerdings nicht nur für Digitalisierung gilt und auch nichts Neues ist.

### **Wo stehst du persönlich auf dem Digitalisierungspfad?**

Die üblichen praktischen Prozesse, die in einem Leben so stattfinden, sind bei mir soweit möglich digital – mit Ausnahme des Lebensmitteleinkaufs. Beruflich nutze ich AI zur Medienerstellung und für „unterstützende“ Tätigkeiten wie Vor- oder Nachbereitung von Meetings. Einen Drucker brauche ich im täglichen Geschäft nicht. Was noch mehr sein könnte: Datenmanagement und konkrete Erfahrung mit der Umsetzung von digitalisierten Prozessen sowie entsprechenden organisatorischen Veränderungen.

Da mein beruflicher Fokus eher auf Transformation in klassischen deutschen Unternehmen liegt, befinde ich mich damit vermutlich in einem guten Mittelfeld.

---

**LIVE**



## Strategisches Themenmanagement - so geht´s!

Das Themenmanagement ist eines der entscheidenden Erfolgsfaktoren für Kommunikationsabteilungen. Wer die richtigen Themen wählt. Wer die richtige Abgrenzung zum Wettbewerb findet. Wer die richtige Verpackung für seinen Content wählt. Wer die richtigen Kanäle anspricht – der wird weitaus größeren Erfolg haben. Doch wie lassen sich all diese Informationen ohne großen Aufwand zusammentragen und in den Arbeitsprozess integrieren? Und wie können wir KI im Themenmanagement nutzen? Diese Fragen beantworten wir in einem kostenfreien Webinar am **24. Oktober** von **10:00 bis 11:00 Uhr**. Mit dabei sind:

- Liz Priewisch, stv. Pressesprecherin bei der Bundesdruckerei-Gruppe,
- Thomas Mickleit, vormals Kommunikationschef bei Microsoft Deutschland und Pionier in der digitalen Kommunikation,
- Jörg Forthmann, Geschäftsführer des IMWF.

[Jetzt anmelden](#)



# CommTech Summit 2024

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

27. November 2024  
Hapag Lloyd, Hamburg



## CommTech Summit 2024

Der CommTech Summit am 27.11.2024 bei Hapag-Lloyd in Hamburg ist das Event für alle, die in der digitalen Unternehmenskommunikation zu Hause sind oder es werden wollen! Organisiert von der AG CommTech und der DPRG, bringt der Summit die führenden Köpfe der Profession zusammen, um die größten Herausforderungen der digitalen Transformation gemeinsam zu meistern. Lass dich von Best Practices und inspirierenden Impulsen renommierter Expertinnen und Experten motivieren, um deinen eigenen Weg der Digitalisierung entscheidend voranzutreiben. Die Keynote gibt Sigrid Osterrieth, DACH-Kommunikationschefin von Meta: "How Meta is using AI to transform its communications".

In 15 interaktiven Breakout-Sessions tauchst du tief in die aktuell drängendsten Themen ein: von der Nutzung von KI und Automatisierung bis hin zur Messung des Wertschöpfungsbeitrags von Kommunikation und der erfolgreichen Interaktion mit Stakeholdern. Diese Sessions bieten dir praxisnahes Wissen und die perfekte Gelegenheit, dich intensiv mit Gleichgesinnten auszutauschen.

Ein besonderes Highlight: Die Präsentation der Ergebnisse des CommTech Index Surveys, der den aktuellen Stand der Digitalisierung in der Kommunikation beleuchtet.

Sei dabei und werde Teil der CommTech Community! Verpasse nicht die Chance, dein Wissen zu erweitern und wertvolle Kontakte zu knüpfen. Wir würden uns freuen, Dich in Hamburg persönlich zu treffen.

# Jetzt bis zum 15. Oktober Early-Bird-Ticket buchen und 10% sparen

## Kosten pro Einzelticket

Early Bird Stufe I: 395€ (zzgl. MwSt.)

Bis zum 15. September

**Early Bird Stufe II: 450€** (zzgl. MwSt.)

16. September – 15. Oktober

Regular Ticket: 495€ (zzgl. MwSt.)

15. Oktober – 25. November

## Kosten pro Gruppenticket

Early Bird Stufe I: 320€ (zzgl. MwSt.)

Bis zum 15. September

**Early Bird Stufe II: 375€** (zzgl. MwSt.)

16. September – 15. Oktober

Regular Ticket: 420€ (zzgl. MwSt.)

15. Oktober – 25. November

[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.

- **Bildgenerierung mit KI in der Unternehmenskommunikation** | Christof Schmid | 10. Oktober 2024
- **AR, VR und Mixed Reality in der Unternehmenskommunikation** | Christof Schmid | 11. Oktober 2024, 19. November 2024
- **Endlich den Erfolg der Kommunikation stichhaltig nachweisen und die operative Kommunikationsarbeit optimieren** | Jörg Forthmann | 17. Oktober 2024, 14. November
- **Einsatz leistungsstarker Kommunikations-Tools** | Christian Albrecht | 25. November 2024
- **Wie lässt sich eine Stakeholder Journey sinnvoll aufbauen?** | Klaus Treichel | 8. Oktober 2024
- **Digital Newsroom** | Thomas Mickleit | 16. Oktober 2024

[Jetzt buchen](#)

## 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)

**Lena Wouters**

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

---

## Themencenter Rollen, Skills & Führung

**Annette Siragusano**

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

**Jacqueline Casini**

[casinij@mediamarktsaturn.com](mailto:casinij@mediamarktsaturn.com)

**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 CvD

**Nikola Gardeweg**

[nikola.gardeweg@swisslife.de](mailto:nikola.gardeweg@swisslife.de)

---

## Interessensgruppe Data Analysts

N.N.

---

[LinkedIn-Gruppe AG CommTech](#)

Medienpartner



Förderer



Faktenkontor Group  
EXCELLENCE  
CREATES VALUE



YESSPRESS®



*Copyright © 2024 AG CommTech, All rights reserved.*

Du erhältst diese E-Mail, weil du dich auf unserer Website dafür angemeldet hast.

**Our mailing address is:**

AG CommTech  
Ludwig-Erhard-Str. 37  
Hamburg 20459  
Germany

[Add us to your address book](#)

Want to change how you receive these emails?

You can [update your preferences](#) or [unsubscribe from this list](#).

