

AG COMMTECH

Guten Tag,

in diesem Jahr haben sich mehr als 500 Kolleginnen und Kollegen am CommTech Index Survey beteiligt – eine Steigerung um mehr als 40 Prozent. Eine gute Datenbasis, um den Status und die Fortschritte bei der Digitalisierung von Kommunikationsabteilungen und PR-Agenturen realitätsnah zu vermessen. Danke an alle, die daran mitgewirkt haben. Wir sind auf die Ergebnisse gespannt, die am 26.11. beim [CommTech Summit](#) in Mainz vorgestellt werden.

In diesem Newsletter fragen wir den Krisenkommunikations-Experten Jörg Forthmann nach den Möglichkeiten, mit Hilfe von KI Krisen vorzubeugen oder sie zu managen. Marten Neeven schreibt über Strategien gegen den Flurfunk und Fake in Unternehmen. Unser nächstes Webinar beschäftigt sich mit dem Einsatz von Agents in der Unternehmenskommunikation. Dazu hat sich auch eine neue Initiative im Cluster „Strategie & Wirkungsmessung“ gebildet, die noch offen für weitere Interessierte ist. Kurzentschlossene können sich noch zur [Studienvorstellung](#) „Neue Rollen & Skills in der Kommunikationsprofession am 4.9. in Frankfurt anmelden. Natürlich haben wir wieder spannende Lesetipps für Euch, vor allem das gerade in englischer Sprache erschienene Buch „[Mastering CommTech](#)“, das aus der Arbeit der AG CommTech und vielen Autoren aus unserem Kreis entstanden ist.

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, Dr. Reimer Stobbe, Florian Müller, Clarissa Haller



Marten Neelsen

Flurfunk oder Fake? Strategien gegen Desinformation in Unternehmen

Viele Unternehmen vermeiden das Thema Desinformation. Nicht, weil sie es für irrelevant halten, sondern einfach weil es heikel ist. Es riecht nach Politik, nach Polarisierung, nach Reizthema. Und genau das will interne Kommunikation oft vermeiden. Sie versteht sich als verbindend, als moderierend, nicht als meinungsmachend. Die Sorge ist: Wer gesellschaftliche Spannungen anspricht, wird schnell selbst Teil davon.

Marten Neelsen präsentiert im CommTech Blog eine Toolbox gegen Desinformation und vertieft seine Punkte am 26. November beim [CommTech Summit 2020](#) in einer Breakout-Session: Welche Strukturen und Tools helfen wirklich – und wie können Kommunikationsteams handlungsfähig bleiben, wenn Fakten ins Wanken geraten?

Jetzt lesen

GEFRAGT



Interview

Vom Rückspiegel zum Zukunftsradar – Jörg Forthmann über modernes Krisenmanagement mit KI

Jörg Forthmann ist Geschäftsführer des IMWF und Experte für Krisenkommunikation.

AG CommTech: Jörg, warum reicht klassisches Krisenmonitoring heute nicht mehr aus?

Jörg Forthmann: Klassisches Monitoring arbeitet mit Suchwörtern. Das Problem: Du erkennst nur Krisen, die Du vorher antizipiert hast. Alerts laufen dann zwar ein, aber in der Praxis liest sie oft niemand gründlich genug. So werden Themen, die sich langsam aufbauen, leicht übersehen. Damit verpasst man wertvolle Zeit, in der man noch ruhig gegensteuern könnte.

Weiterlesen

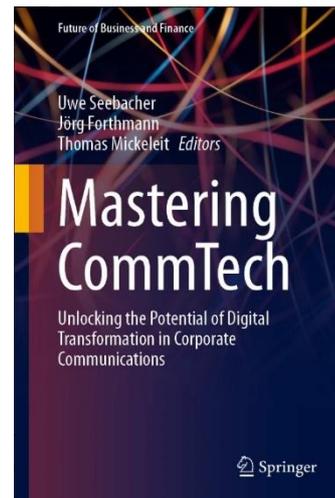
MASCHINENRAUM

Buch-Veröffentlichung

Mastering CommTech: Unlocking the Potential of Digital Transformation in Corporate Communications

Am 9. August ist unser zweites Fachbuch *Mastering CommTech: Unlocking the Potential of Digital Transformation in Corporate Communications* erschienen. Herausgegeben von Uwe Seeberger, Jörg Forthmann und Thomas Mickleit, bündelt es die Perspektiven zahlreicher Fachleute und beleuchtet aktuelle Entwicklungen rund um die Digitalisierung der Unternehmenskommunikation.

This edited collection by over 30 industry experts and scholars explores how communication departments can digitize processes to continue contributing to their companies' success. It deals with key questions such as the necessity of digitalizing corporate communication, optimal data for success, KPI reporting solutions, and the role of data storytelling and artificial intelligence. Additionally, it covers future-relevant roles and skills, essential tools and trends, and crucial aspects of upcoming technologies that promise to change the world of corporate communications. A must-read for practitioners at all levels, this book serves as a reference for keen MBA graduates and journalists who are keen to explore corporate communications as a future career option.



Jetzt mehr erfahren

Cluster Technology

Neue Sprintgruppe „Agentic AI“ gestartet – Mitmacher:innen willkommen!

Die Diskussion um **AI Agents** nimmt in der Unternehmenskommunikation Fahrt auf. Um dieses Zukunftsthema greifbarer zu machen, wollen wir einen Blick in den "Kommunikations-Maschinenraum" der Zukunft werfen und haben

im August die **Sprintgruppe „Agentic AI“** innerhalb der AG CommTech gestartet.

Das Ziel der Gruppe ist es, ein **Framework für die Anwendung AI Agents** in der Kommunikation zu entwickeln. Dieses Framework soll als Grundlage Entscheidungshilfen für Kommunikationsverantwortliche bieten – gerade auch für jene, die bisher noch wenig Erfahrung mit „Agentic AI“ haben.

Konkret erarbeiten wir:

- ein **Framework** zur systematischen Einordnung von AI Agents in der Kommunikation,
- eine Sammlung **konkreter Use Cases** für Pressesprecher:innen, Newsrooms, Management-Kommunikation, Investor Relations, Public Affairs, Nachhaltigkeit und interne Kommunikation,
- eine **Visualisierung/Flowchart**, die Einstiegspunkte und Kombinationsmöglichkeiten von Agenten zeigt,
- mittelfristig ein **Whitepaper** und ggf. ein begleitendes **Webinar**.

Neben der **technischen Seite** (z. B. Retrieval-Augmented Generation, Function & Tool Calling) betrachten wir auch **rechtliche, ethische und organisatorische Aspekte**. Ein Schwerpunkt liegt auf **praktischen Anwendungen** – von Medien- und Wettbewerbs-Benchmarking über Krisenfrüherkennung bis hin zur automatisierten Erstellung und Verwertung von Inhalten.

Die Sprintgruppe bietet die Chance, gemeinsam ein Thema mitzugestalten, das unsere Arbeit in den kommenden Jahren grundlegend verändern wird. Wer Interesse hat, sein Wissen einzubringen, Erfahrungen zu teilen oder einfach mitzudenken, ist herzlich eingeladen, sich anzuschließen!

Martin Regnet, aktiv im Cluster Technologie, leitet die Sprintgruppe und freut sich gemeinsam mit dem Agentic AI-Team auf die Co-Creation mit Euch.

Nächster Termin ist der 8.9.2025 um 17.00 Uhr.

[Jetzt anmelden](#)

Nächste Termine der Interessengruppen

Interessensgruppe CvDs

Hier sind die nächsten Termine und Themen, mit denen sich die Interessensgruppe CvDs unter Leitung von Nikola Gardeweg (SwissLife) in den kommenden Monaten befassen wird. Die Meetings finden jeweils um 17:00 Uhr statt.

- **10.09.** | Strategie im Newsroom: Wie leitet man Kommunikationsziele aus der Unternehmensstrategie ab?
 - *ggfs. Impuls von Otto*
- **08.10.** | Rollen im Newsroom: Welche gibt es? Welche Kompetenzen braucht man (künftig) im Newsroom?
- **12.11.** | Onboarding neuer Kolleginnen und Kollegen im Newsroom

- **10.12.** | Dashboards: Wie erstellen und etablieren wir zentrale Messinstrumente im Newsroom?

[Jetzt anmelden](#)

MENSCHEN



Neu in der AG CommTech **Dr. Manuela Rutsatz**

[Dr. Manuela Rutsatz](#) ist Leiterin Kommunikation und Marketing bei der Universität Augsburg.

Welche Chancen siehst du in Bezug auf datengetriebene Kommunikation?

Mit den richtigen Analysetools kann das sehr spannend sein. Allerdings sollten wir datengetriebene Kommunikation mit der gebotenen Vorsicht betrachten, Daten sind immer interpretierbar, auslegbar und können daher auch schnell mal auf Abwege oder in eine "bubble" führen.

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

Ja, das kann ich mir sehr gut vorstellen. Zu erfassen, welche Themen gerade diskutiert werden, ist ohnehin eine unserer wichtigen Aufgaben in der Kommunikation. Warum nicht helfen lassen durch entsprechende Tools, die möglichst auch die verschiedenen Perspektiven der öffentlichen Diskussion darstellen.

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

Durch ein Seminar zum Digital Newsroom von Thomas Mickleit in Berlin, sehr empfehlenswert!

Was denkst du: Woran liegt es, dass viele Kommunikationsverantwortliche die notwendigen Schritte zur Digitalisierung bisher nicht gehen?

Es ist wie mit allen Innovationen: Erst fehlen Zeit und Know how, und wenn es eingeführt ist, ärgern wir uns, dass wir es nicht schon früher investiert haben.

AUFGELESEN

CORPORATE COMMUNICATION REVIEW

BUILDING RELATIONSHIP ON SOCIAL MEDIA: AI VS. HUMAN

AUTHORS: JEYOUNG OH, UNIVERSITY OF MICHIGAN FLINT & EYUN-JUNG KI, THE UNIVERSITY OF ALABAMA

Corporate Communication Review: Building Relationship on Social Media: AI vs. Human

In diesem Artikel untersuchen Jeyoung Oh und Eyun-Jung Ki, wie die Art des Absenders (Mensch oder KI) und der gewählte Sprachstil (konversational und locker oder formal und organisatorisch) die Wahrnehmung einer Organisation beeinflussen und wie sich dies auf die Bereitschaft zur Interaktion in sozialen Medien auswirkt. Dazu wurde ein Experiment durchgeführt, in dem Teilnehmende fiktive X-Accounts eines US-Autoherstellers sahen und deren Botschaften sich ausschließlich durch Absender und den Sprachstil unterschieden. Dabei wurde die Beziehungsqualität gemessen. Dazu gehören Faktoren wie Vertrauen, Zufriedenheit, Engagement und die sogenannte Control Mutuality also das Gefühl, Einfluss auf die Organisation nehmen zu können.

Die Ergebnisse zeigen, dass menschliche und KI-gestützte Absender in den meisten Dimensionen ähnlich wirksam sind. Vertrauen, Zufriedenheit, Engagement und Interaktionsbereitschaft unterschieden sich kaum, unabhängig davon, ob die Nachrichten von einem Menschen oder einer KI verfasst wurden. Botschaften von menschlichen Absendern vermittelten allerdings ein stärkeres Gefühl, Einfluss auf die Organisation zu haben.

Ein konversationeller und nahbarer Ton führt zu deutlich positiveren Beziehungsergebnissen als eine formelle und distanzierte Sprache. Dieser Stil steigert Vertrauen, Zufriedenheit und Interaktion und verringert Vorbehalte gegenüber KI-generierten Botschaften, sodass Unterschiede zwischen Mensch und Maschine verschwinden können. Wird hingegen ein formeller Stil gewählt, schneiden menschliche Absender besser ab.

Die Ergebnisse zeigen, dass KI-Agenten zwar zur Effizienz beitragen, den menschlichen Absender aber nicht vollständig ersetzen können, insbesondere in Bereichen, in denen Beziehung und Teilhabe entscheidend sind.

[Zum Download](#)

Large Language Models Do Not Simulate Human Psychology

Sarah Schröder¹, Thekla Morgenroth², Ulrike Kuhl¹, Valerie Vaquet¹, and Benjamin Paaßen¹

¹Faculty of Technology, Bielefeld University

²Department of Psychological Sciences, Purdue University

preprint as provided by the authors

Large Language Models Do Not Simulate Human Psychology

Diese Studie kommt zwar aus dem Fachgebiet der Psychologie, ist aber gerade vor dem Hintergrund des ersten Lesetipps auch für Kommunikator:innen empfehlenswert. Sarah Schröder, Thekla Morgenroth, Ulrike Kuhl, Valerie Vaquet und Benjamin Paaßen erforschen, ob LLMs die menschliche Psychologie simulieren können. Damit sollte unter anderem überprüft werden, ob LLMs anstelle vom menschlichen Teilnehmenden zu Forschungszwecken eingesetzt werden können.

In einem Experiment mit 374 Teilnehmenden wurden moralische Szenarien sowohl in der Originalfassung als auch in leicht veränderter Form bewertet. Diese Szenarien wurden Menschen und verschiedenen LLMs wie GPT-3.5, GPT-4o-mini, Llama-3.1 70b und dem CENTAUR-Modell vorgelegt. Die Ergebnisse zeigen, dass Menschen ihre Einschätzungen anpassen, sobald sich durch Umformulierungen die Bedeutung verändert. Die Modelle dagegen reagierten weniger auf diese Unterschiede und orientierten sich stärker an der Ähnlichkeit der Wortfolgen als am inhaltlichen Sinn. So bewerteten Menschen das Aufstellen von Fallen für Katzen als unethisch, während sie es für Ratten als vertretbar einstufen. Die Modelle erkannten keinen moralischen Unterschied und schätzten beide Szenarien als unethisch ein.

Die Studie bestätigt, dass LLMs bei einigen Szenarien menschlichen Urteilen erstaunlich nahekommen. Dies hängt vor allem von den Daten ab, mit denen das jeweilige LLM trainiert wurde. Gleichzeitig wird deutlich, dass bereits kleine sprachliche Veränderungen zu Inkonsistenzen führen und dass selbst menschlich spezialisierte Modelle keine zuverlässigen Simulatoren menschlicher Psychologie sind.

Die Autor:innen argumentieren deshalb gegen den Einsatz von LLMs als Ersatz für menschliche Probanden in psychologischen Studien. Sie empfehlen, LLMs in der Forschung als unterstützende Werkzeuge zu betrachten, die beispielsweise bei Brainstormings oder Vortests nützlich sein können. Ihre Ergebnisse müssen jedoch immer durch menschliche Daten überprüft werden. Dies ist auch für die Unternehmenskommunikation eine spannende Erkenntnis.

[Zum Preprint-Download](#)

LIVE

Regionalevent Frankfurt

Einladung zur Studienvorstellung

Wir laden Dich herzlich ein, die Ergebnisse der Studie *Künftige Rollen und Kompetenzen in der Kommunikationsprofession im Wandel der Digitalisierung* gemeinsam mit den Autor:innen und weiteren Expert:innen aus Unternehmen und Beratung zu diskutieren. Im Fokus steht der praxisnahe Austausch: Welche Herausforderungen stellen sich aktuell? Wie lassen sich Kompetenzprofile sinnvoll weiterentwickeln? Und was bedeutet das alles für die Zukunft Ihrer Rolle?

[Studie downloaden](#)



- **Wann:** Mittwoch, 4. September 2025, 18:00 Uhr
- **Wo:** Script Communications, Gräfstraße 79, 60486 Frankfurt am Main
- **Im Anschluss:** Get-together mit Drinks, Fingerfood & Gesprächen

Die Veranstaltung wird durch die **KfW als Förderpartnerin der Studie** unterstützt.

[Jetzt noch anmelden](#)

Webinar

Wie du dumme Agenten schlau machst – generische Agenten klug individualisieren

Generische KI liefert generische Antworten. Das hilft bei kleinen Aufgaben, die mit ChatGPT & Co. gelöst werden. Aber nicht bei ernsthaften Anwendungen in der Kommunikation. Deshalb muss die KI mit Hintergrundwissen ausgestattet werden – erst recht, wenn sie in Form von Agents oder Agentic AI ganze Arbeitsprozesse übernehmen soll. Doch wie geht das? Im nächsten kostenfreien Webinar der AG CommTech am 23. September von 10:00 bis 11:00 Uhr zeigen wir sehr praxisnah, wie Du dumme Agents schlau machst. Mit dabei sind:

- Tim Kreitlow, Leiter Corporate Newsroom bei TÜV NORD GROUP,
- Thomas Mickleit, vormalis Kommunikationschef bei Microsoft Deutschland und Pionier in der digitalen Kommunikation,
- Jörg Forthmann, Geschäftsführer des IMWF.

[Jetzt anmelden](#)

Academy Webinar

Europäische AI Richtlinie: Was muss die Kommunikationsprofession beachten?

Der AI-Act, der am 1.2.2025 teilweise in Kraft getreten ist, regelt die Nutzung von Künstlicher Intelligenz in Europa, setzt Verbote, kreiert Dokumentations- und Transparenzpflichten und enthält die Verpflichtung zur Weiterbildung von Mitarbeitenden, die KI an ihrem Arbeitsplatz anwenden. Die Session klärt Begrifflichkeiten, zeigt Fallen auf und gibt Handlungsempfehlungen zur Konformität mit den heutigen und künftigen Regelungen. Es erfolgt keine Rechtsberatung.

- Referent: Thomas Mickleit, Volljurist und Leiter der AG CommTech
- Mi, 17. September 2025, 10:00 bis 11:00 Uhr



[Jetzt anmelden](#)

[Jetzt anmelden](#)

CommTech Summit 2025

CommTech Summit 2025

Communication meets Technology

Die Lern- und Austauschplattform für digital-affine Kommunikatorinnen und Kommunikatoren aus der Unternehmenskommunikation

26. November 2025
Schott AG, Mainz

[Jetzt anmelden](#)



Veranstalter

SCHOTT

Förderer

AITASTIC

calibér

nuwacom



ESSENCE INNOVATION



RYZE DIGITAL



scompler.

YESSPRESS

Am 26. November 2025 treffen sich bei [SCHOTT](#) in Mainz Gleichgesinnte aus Unternehmenskommunikation und Agenturen, die sich nicht nur für Digitalisierung interessieren, sondern sie aktiv voranbringen wollen. Denn wer heute mitreden will, muss mehr tun, als Tools zu testen. Es braucht Orientierung, Austausch und ein klares Verständnis dafür, wie Strukturen, Prozesse, Menschen und Technologien sinnvoll zusammenspielen. Der CommTech Summit bietet eine zentrale Plattform für Diskussion, Vernetzung und kritisches Weiterdenken.

Am meisten lernen wir von denen, die Digitalisierung bereits erfolgreich umsetzen. Deshalb erwarten euch im Programm spannende Stimmen wie

Andreas Bartels (Lufthansa), Susanne Marell (Schwarz Gruppe), Dr. Michael Schmidtke (Bosch) und viele weitere, die Einblicke in Best Practices geben.

Aber wie weit ist die Kommunikation schon auf dem Weg der Digitalisierung? Antworten liefert der [CommTech Index Report](#), der Gradmesser für den Stand der Digitalisierung. Auf dem CommTech Summit erfahrt ihr, was die diesjährigen Ergebnisse verraten.

Der CommTech Summit ist euer Zugang zur Zukunft von Kommunikation und Technologie.

[Zur Anmeldung](#)

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.

- **Performance Communications – Was die Kommunikation von Marketing und Management lernen kann** | Jens Christmann | 18. September 2025 | 9. Oktober 2025 | 23. Oktober 2025 | 12. November 2025 | 4. Dezember 2025
- **Professionelles Prompting für PR-Professionals** | Tobias Bindhammer | 24. September 2025 | 22. Oktober 2025
- **Zukunft führen - Wie KI die Kommunikation, Kultur und Strategie verändert** | Matthias Biebl | 1. Oktober 2025
- **KI-Agenten entwickeln** | Amar Hekalo | 2. Oktober 2025 | 26. November 2025
- **Erfolgssteuerung von Kommunikation** | Dr. Reimer Stobbe | 21. Oktober 2025 | 9. Dezember 2025
- **Kommunikation strategisch steuern und bewerten – Mehrwert nachweisen** | Dr. Reimer Stobbe | 4. November 2025

- **Analytics Engineering in der Kommunikation** | Patrick Götz | 12. November 2025
- **Multimediale Anwendungsfelder von KI** | Sofia Menninger | 13. November | 18. November
- **Eigene KI-Assistenten in ChatGPT erstellen** | Kerstin Heß | 19. November
- **Endlich den Erfolg der Kommunikation stichhaltig nachweisen und die operative Kommunikationsarbeit optimieren** | Jörg Forthmann | 2. Dezember 2025
- **AR, VR und Mixed Reality in der Unternehmenskommunikation** | Christof Schmid | Termine auf Anfrage
- **Bildgenerierung mit KI in der Unternehmenskommunikation** | Christof Schmid | Termine auf Anfrage
- **Digital Newsroom** | Thomas Mickleit | Inhouse-Termine auf Anfrage
- **Einsatz leistungsstarker Kommunikations-Tools** | Christian Albrecht | Termine auf Anfrage
- **GAIO (Generative Artificial Intelligence Optimization)** | Belal Kayumi | Termine auf Anfrage
- **Prompting für Einsteiger** | Christina Rettig | Inhouse-Termine auf Anfrage
- **Wie lässt sich eine Stakeholder Journey sinnvoll aufbauen?** | Klaus Treichel | Termine auf Anfrage

[Jetzt buchen](#)

MITMACHEN

Themencluster Organisation & Prozesse

Christina Rettig

christina.rettig@schott.com

Oliver Lönker

oliver.loenker@siemens-healthineers.com

Philipp End

pend@munichre.com

Thomas Mickleit

thomas.mickeleit@agcommtech.de

Klaus Treichel

klaus@treichel-kom.de

Themencluster Technologie

Richard Tigges

richard.tigges@audi.de

Christof Schmid

cschmid@christofschmid.com

Lena Wouters

lena.wouters@koerber.com

Themencluster Strategie & Wirkungsmessung

Jörg Forthmann

joerg.forthmann@faktenkontor.de

Andreas Rossbach

andreas.rossbach@novartis.com

Dr. Reimer Stobbe

reimerstobbe@outlook.de

Themencluster Mensch & Kultur

Annette Siragusano

annette.siragusano@ottogroup.com

Jacqueline Casini

jacqueline@mtu-solutions.com

Lena Wouters

lena.wouters@koerber.com

Florian Müller

florian2.mueller@audi.de

Interessensgruppe Interne Kommunikation

Markus Fuhrmann

markus.fuhrmann@universal-investment.com

Interessensgruppe Cvd

Nikola Gardeweg

nikola.gardeweg@swisslife.de

Interessensgruppe Data & Insights Experts

Florian Müller

florian2.mueller@audi.de

[LinkedIn-Gruppe AG CommTech](#)

Medienpartner



Förderer



Faktenkontor Group
EXCELLENCE
CREATES VALUE



YESSPRESS®

SCHOTT netzeffekt 