

Ausgabe 49 / Februar 2026



Guten Tag,

das Manuskript unseres neuen deutschsprachigen Buchs „Praxishandbuch CommTech“ ist eingereicht und erscheint im Sommer bei Springer-Gabler. Kommunikationsabteilungen erhalten damit umfassende praktische Handreichungen für ihre Digitalisierung, CommTech und die Nutzung von KI. Stay tuned. Ein Dank geht an die fleißigen Autoren aus der AG CommTech und alle Unterstützer. Der [CommTech Index Report](#) hat den Finger in die Wunde gelegt. Noch immer gibt es in 39 Prozent der Kommunikations-abteilungen niemand der für Daten verantwortlich ist. Thomas Mickeleit mahnt in diesem Newsletter vor den Konsequenzen, für die es multiple Ursachen geben kann, aber der fehlende Nachweis von Beiträgen zum Unternehmenserfolg gehört definitiv dazu. Im Interview mit Nadine Remus, Kommunikations-Chefin der GEMA erörtern wir, warum es für Newsrooms ein „neues Betriebssystem“ braucht. Wir freuen uns auf ein Kennenlernen oder Wiedersehen bei der CommTech Academy Summer School am 8. Juli bei Melitta in Minden. Dort werden auch die CommTech Champions 2026 ausgezeichnet. Die [Nominierungseite](#) ist geöffnet. Unser nächstes [Webinar](#) am 24. Februar befasst sich mit der Frage, wie die KI in der Wirkungsmessung eigentlich an die erforderlichen Daten kommt. Darüber hinaus findet Ihr Termine der

Themen-Cluster und Interessensgruppen und natürlich – wie immer – lohnende Lesetipps.

Euer Leitungskreis der AG CommTech

Thomas Mickeleit, Jörg Forthmann, Klaus Treichel, Annette Siragusano, Jacqueline Casini, Oliver Lönker, Christina Rettig, Christof Schmid, Richard Tigges, Markus Fuhrmann, Lena Wouters, Philipp End, Dr. Reimer Stobbe, Florian Müller, Clarissa Haller, Maike Molling, Danny Schwarze

COMMTech BLOG



Wenn Kommunikation egal wird, führen plötzlich Nicht-Kommunikatoren

von Thomas Mickeleit

Ein [Interview](#) aus berufenem Munde, nämlich mit PRCC-Chef Thomas Lüdecke im PR-Journal gab der in den letzten Monaten zu beobachtenden Berufungen von professionsfremden Managern an die Spitze von Kommunikationsabteilungen neue Nahrung. Ob MunichRe, Mercedes, oder Media-MarktSaturn, überall wurden Leitungen eingesetzt, die keine ausgewiesenen Kommunikationsexperten sind. Das muss beunruhigen, denn hinter den Entscheidungen, steht im Grunde das Urteil: Ist doch egal.

[Jetzt lesen](#)



Der Newsroom braucht ein neues Betriebssystem

Interview mit Nadine Remus

In einem Webinar des Clusters „Organisation & Prozesse“ der AG CommTech gab [Nadine Remus](#), Head of Corporate Communications bei der GEMA, einen Impuls zur Frage „Benötigt der Newsroom ein neues Betriebssystem?“. Wir führten mit ihr im Nachgang dazu folgendes Interview:

AG CommTech: Nadine, Du hast die Debatte mit der These angestoßen, der Newsroom brauche ein neues Betriebssystem. Das klingt nach mehr als einem kleinen Update. Was meinst Du damit?

Nadine Remus: Mir geht es tatsächlich nicht um Feintuning oder neue Tools. Mit „Betriebssystem“ meine ich die Grundlogik, nach der ein Newsroom arbeitet: das Zusammenspiel aus Struktur, Prozessen, Rollen, Kultur und, wie Entscheidungen getroffen werden. Viele Newsrooms laufen heute noch mit einem Modell, das unter anderen Bedingungen entstanden ist und aus einer planbareren Zeit stammt. Es hat lange gut funktioniert. Jedoch bringen Themenfülle, Dauerkrisen, KI, neue Arbeitsformen und fragmentierte Kommunikation dieses System nun an seine Grenzen.

[Jetzt weiterlesen](#)

Neues Whitepaper

Warum viele Reputationsprobleme in Wahrheit Erwartungsprobleme sind

In der Unternehmenskommunikation wird schnell von „Reputationsschäden“ gesprochen. Schaut man genauer hin, liegt die Ursache jedoch häufig woanders: bei enttäuschten Erwartungen.

Viele Krisen entstehen nicht, weil Unternehmen objektiv schlechter handeln als andere, sondern weil Anspruchsgruppen etwas anderes erwartet haben – oft ausgelöst durch ambitionierte Kommunikation, überhöhte Versprechen oder unklare Botschaften. Reputation ist kein isoliertes Konstrukt, sie ist das Ergebnis verlässlich erfüllter Erwartungen über Zeit.

Genau hier setzt das jüngste Whitepaper der AG CommTech an. Es unterscheidet systematisch zwischen Erwartungslücken und Reputationslücken und zeigt, warum diese Differenzierung für Kommunikationsverantwortliche so entscheidend ist. Wer nicht sauber trennt, riskiert falsche Maßnahmen: Imagekampagnen, wo eigentlich Erwartungsmanagement gefragt wäre – oder Kommunikationskosmetik, wo reales Handeln notwendig ist.

Aus kommunikationsstrategischer Sicht ist das zentral: Erwartungen lassen sich steuern, Reputation nur indirekt. Wer frühzeitig versteht, welche Erwartungen geweckt werden – intern wie extern –, kann Vertrauen aufbauen, statt es später reparieren zu müssen. Gerade für Entscheider in Kommunikationsabteilungen, die zwischen Management, Markt und Öffentlichkeit vermitteln, ist diese Perspektive entscheidend.

Das Whitepaper liefert dafür eine klare Denklogik, diagnostische Leitfragen und konkrete Handlungsempfehlungen für die Praxis. Es richtet sich an alle, die Reputation nicht nur messen, sondern aktiv managen wollen – über realistische Kommunikation, Evidenz und Konsistenz zwischen Worten und Taten.

Whitepaper herunterladen unter agcommtech.de und Erwartungs- von Reputationsproblemen unterscheiden:

[Jetzt downloaden](#)

Cluster Organisation & Prozesse

Neuer Jour-Fixe

Jeden dritten Mittwoch im Monat treffen sich Mitglieder des Clusters "Organisation und Prozesse zu einem JF von 17.00 Uhr bis 18.00 Uhr, um drängende Fragestellungen rund um die Organisation von Unternehmenskommunikation und die Optimierung von Prozessen, z.B. durch Automatisierung und den Einsatz von KI zu diskutieren und voneinander zu lernen. Der JF steht allen Mitgliedern der AG CommTech offen. Der nächste Termin ist am **18. Februar**.

Wer dabei sein möchte, meldet sich bitte unter info@agcommtech.de oder gleich über den Anmelde-Button:

[Anmeldung zum Jour Fixe](#)

KI ist in der Medienanalyse angekommen – aber wie weit sind wir wirklich?

Nutzen Kommunikationsabteilungen bereits eigene Daten für KI-Anwendungen? Gibt es Datalakes, Agents oder sogar Agentic-AI-Netzwerke? Und gelingt es schon heute, Kommunikationsleistung mit harten Zahlen gegenüber dem Topmanagement zu belegen?

Die AG CommTech startet eine kompakte Befragung zum Stand von KI, Daten und Automatisierung in der Medienanalyse – praxisnah und in drei Minuten beantwortet. Mach mit und hilf, ein realistisches Bild der Branche zu zeichnen. Unter den Teilnehmern verlosen wir ein Exemplar von "Mastering CommTech" im Wert von 84 EUR. [Hier](#) oder über den untenstehenden Button teilnehmen.

Jetzt teilnehmen

Termine der Interessensgruppen

Interne Kommunikation

Hier sind die nächsten Termine und Themen, mit denen sich die Interessensgruppe Interne Kommunikation unter Leitung von Markus Fuhrmann (Universal Investment) in den kommenden Monaten befassen wird. Die Meetings finden jeweils von 14 Uhr bis 15 Uhr statt.

- **27.02.** | Enablement der Führungskräfte als Schlüsselrolle in der Internen Kommunikation
- **27.03.** | Mitarbeiterbindung & erlebnisorientierte Formate – Interne Kommunikation, die verbindet / Weihnachtsfeier 2.0

Wer dabei sein möchte, meldet sich bitte unter info@agcommtech.de oder gleich über den Anmelde-Button:

Jetzt anmelden

AUFGELESEN



Inside PR 2026

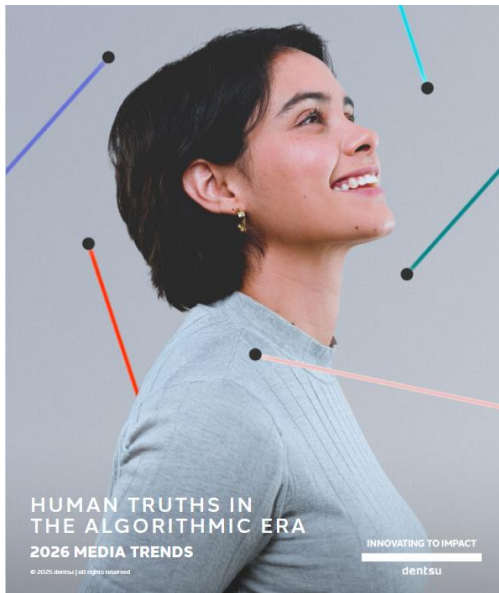
Trends, challenges and what's next

Inside PR 2026 wurde von Cision veröffentlicht und basiert auf einer Befragung von 561 PR-Fachleuten aus Agenturen und Inhouse-Teams. Er bündelt Einschätzungen zur aktuellen Arbeitspraxis in der PR und beschreibt ein Berufsfeld, das unter dem stetigem Druck von Medienwandel durch technologischem Fortschritt bei gleichzeitiger Ressourcenknappheit steht.

Auffällig ist das wiederkehrende **Spannungsverhältnis zwischen strategischem Anspruch und operativen Bedingungen**. Der Wandel der Medienlandschaft und knappe Ressourcen werden durchgängig als größte Herausforderungen benannt, doch ihre Wirkung zeigt sich je nach Rolle unterschiedlich. Führungsebenen schätzen die eigene Organisation deutlich agiler ein als Mitarbeitende im Tagesgeschäft. Diese verweisen häufiger auf formale Entscheidungswege, Teamstrukturen oder fehlenden Zugang zu aktuellen Daten als Bremsfaktoren. **Agilität erscheint somit als Resultat organisatorischer Voraussetzungen** und nicht als Frage individueller Haltung. Parallel dazu verschiebt sich der Erwartungsrahmen an PR-Arbeit. Markenbekanntheit bleibt ein zentraler Bezugspunkt, zugleich wächst der Druck, kommunikative Leistungen messbar zu machen und stärker mit geschäftlichen Zielen zu verknüpfen.

Ein weiterer Fokus liegt auf dem **Zusammenspiel von Technologie und Kompetenzen**. KI-gestützte Anwendungen sind laut Studie bereits breit im Arbeitsalltag verankert, insbesondere bei Recherche, Ideengenerierung und Textarbeit. Sie werden vor allem als Mittel zur Entlastung und Effizienzsteigerung verstanden. Gleichzeitig behalten klassische Fähigkeiten ihr Gewicht. **Storytelling und strategische Planung werden weiterhin als zentrale Erfolgsfaktoren** genannt. Der Report beschreibt damit keine grundlegende Neudefinition von PR, sondern eine Neujustierung bestehender Rollen unter veränderten Bedingungen, bei der Automatisierung und Beziehungspflege, operative Effizienz und strategische Anschlussfähigkeit gleichzeitig ausgehandelt werden müssen.

[**Zum Lesetipp**](#)



Human Truths in the Algorithmic Era

2026 Media Trends

Der Report *Human Truths in the Algorithmic Era – 2026 Media Trends* von dentsu nähert sich dem aktuellen Medienwandel über drei wiederkehrende Perspektiven auf menschliches Verhalten. Statt Innovationen für sich zu betrachten, fragt der Bericht, welche menschlichen Erwartungen unter algorithmischen Bedingungen stabil bleiben.

Im Zentrum steht zunächst das Spannungsverhältnis zwischen dem **Wunsch nach Einfachheit und dem Bedürfnis nach Orientierung**. KI-gestützte Suche, automatisierte Agenten und stark verkürzte Kaufprozesse versprechen Effizienz, machen Entscheidungen aber zugleich schwerer nachvollziehbar. Sichtbarkeit entsteht nicht mehr über einen einzelnen Einstieg, sondern verteilt sich über mehrere Umgebungen, die gleichzeitig wirksam sind, etwa soziale Feeds, Handelsplattformen, klassische Suche und KI-Assistenten. Informationen, Empfehlungen und Bewertungen überlagern sich und formen gemeinsam Wahrnehmung. Der Report macht deutlich, dass vollständig reibungslose Prozesse dabei nicht zwangsläufig Vertrauen erzeugen. Bewusst gesetzte Hürden können Auswahl strukturieren, Erwartungen klären und Erlebnissen Bedeutung verleihen.

Eine zweite Perspektive richtet den Blick auf **Medien als soziale Räume**. Aufmerksamkeit formt sich dort, wo Menschen sich austauschen, gemeinsame Erfahrungen machen und Inhalte einordnen. Communities, Live-Formate und Messaging-Umgebungen werden als Orte beschrieben, an denen Glaubwürdigkeit und kulturelle Relevanz vermittelt werden.

Daran schließt die dritte Perspektive an, nach der Menschen Werbung nicht lesen, sondern sich dem zuwenden, was sie interessiert. Werbung wirkt eingebettet in Unterhaltung und Alltag und entfaltet ihre Wirkung über Zeit. **Aufmerksamkeit erscheint so als langfristiger Prozess**, der sich nur begrenzt über kurzfristige Kennzahlen erfassen lässt. KI-gestützte Zielgruppenmodelle werden in diesem Zusammenhang als Versuch eingeordnet, komplexe Motivlagen konsistenter abzubilden, ohne menschliche Deutung zu ersetzen.

[Zum Lesetipp](#)

LIVE

Save the Date!

CommTech Academy Summer School 2026



CommTech Champion Awards 2026

Die Nominierungsseite ist geöffnet

Auch in diesem Jahr werden wieder die CommTech Champion Awards im Rahmen der CommTech Academy Summer School verliehen.

In den Kategorien "Organisation & Prozesse", "Technologie", Strategie & Wirkungsmessung" sowie "Menschen & Kultur" werden die Kommunikationsabteilungen ausgezeichnet, die überzeugende Best-Cases seit letztem Jahr eingeführt haben.

Auf der Nominierungspage besteht die Möglichkeit, Einreichungen für das eigene Unternehmen oder auch für Best-Cases von anderen vorzunehmen, die Euch besonders aufgefallen sind.

[Zur Nominierung](#)

Webinar

So bauen Kommunikationsabteilungen eine Datenbasis für ihre KI-Anwendungen auf

Eine generische KI kann nur generische Antworten liefern. So profan diese Erkenntnis ist – sie wird immer noch in den allermeisten Kommunikationsabteilungen ignoriert. Es werden ChatGPT & Co. genutzt und generischer Durchschnitt produziert. Das muss nicht sein! Die Arbeitsergebnisse der KI lassen sich klug individualisieren, wenn unternehmenseigene Daten an die KI angebunden werden. Das klingt kompliziert, ist es aber gar nicht. Wie sich Kommunikationsabteilungen eine eigene Datenbasis aufbauen und an die KI anbinden, zeigen wir in einem Webinar der AG CommTech am **24. Februar von 10:00 bis 11:00 Uhr.**

Mit dabei sind:

- Sven Spöde, Specialist GenAI for Marketing & Communications bei der Carl Zeiss AG
- Thomas Mickleit, vormals Kommunikationschef bei Microsoft Deutschland und Pionier in der digitalen Kommunikation,
- Jörg Forthmann, Geschäftsführer des IMWF.

[Jetzt anmelden](#)

Webinar

Agentic AI in der Unternehmenskommunikation – Use Cases, Teams & die richtigen Agenten zum Start

AI Agents halten zunehmend Einzug in den Kommunikationsalltag – von der Themenrecherche über Content-Produktion bis hin zur Workflow-Orchestrierung. Doch der Start mit Agentic AI ist alles andere als trivial: Technologische, organisatorische und kulturelle Fragen müssen gleichermaßen beantwortet werden, damit aus ersten Experimenten ein belastbares Setup entsteht.

Die Sprint-Gruppe *Agentic AI* im Cluster Technology der AG CommTech greift genau diese Herausforderungen in ihrem neuen **Impulspapier** auf. Es bietet einen praxisnahen Orientierungsrahmen für den Einsatz von AI Agents in der Unternehmenskommunikation – von der ersten Idee bis zum skalierbaren Setup. **Das Impulspapier wird am 11. März 2026 erscheinen und dann im Downloadbereich zur Verfügung stehen.**

Im Fokus stehen **realistisch umsetzbare Use Cases aus der Praxis**. Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf dem **Zusammenspiel von Mensch und Agent** – und dem Rollenwandel vom „Macher“ in der Kommunikation hin zum **Orchestrator**.

Abgerundet wird das Whitepaper durch **Experteninterviews** sowie eine **klare Entscheidungshilfe**: Welche KI-Agenten machen für welche Bereiche Sinn, wie lassen sich Use Cases priorisieren – und mit welchen Kriterien gelingt ein sauberer Einstieg?

Meldet euch jetzt für das Seminar am **11. März von 13:30 bis 14:30 Uhr** an. Mit dabei sind:

- Martin Regnet, Senior-Experte und Strategie für digitale Unternehmens- und Finanzkommunikation
- Richard Tigges, Direktor, Institut für Angewandte Kommunikationsintelligenz

- Christoph Schmid, Founder Hi Story Consulting und Leiter CommTech Academy

[Jetzt anmelden](#)

COMMTECH ACADEMY



Webinar

Performance Communications - Was Kommunikation von Marketing und Management lernen kann

Performance Communications bietet einen neuen und datenbasierten Ansatz, um die Unternehmenskommunikation strategisch auszurichten und operativ zu optimieren. Dadurch wird sie ergebnisorientierter und dynamischer – was einen höheren und intern klar nachweisbaren Wertbeitrag (Return on Investment) für das Unternehmen schafft. Das Seminar zeigt praxisnah, wie Kommunikationsmaßnahmen in Business Cases übersetzt und Synergien geschaffen werden. Für die operative Umsetzung kommen KI-gestützte Methoden des Performance Marketings zum Einsatz, die Wirkung und Effizienz deutlich steigern – typischerweise mit zwei- bis dreistelligen Ergebnisverbesserungen. [Meldet Euch jetzt](#) für das Seminar am **10.02.2026** von **10:00 bis 11:00 Uhr** an. Mit dabei sind:

- Jens Christmann, Experte für Omnichannel-Marketing, Kommunikation und Change-Management
- Christof Schmid, Moderator, CommTech Academy

[Jetzt anmelden](#)

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.

- **Kommunikations-Controlling III: Analytics Engineering in der Kommunikation** | Patrick Götz | 11. Februar 2026 | 8. April 2026 | 5. August 2026 | 7. Oktober 2026 | 09:00 – 13:00 Uhr
- **ChatGPT & MS Copilot boosten** | Christof Schmidt | 17. Februar 2026 | 30. September 2026 | 09:00 – 12:00 Uhr
- **Comms KI Assistenten** | Christof Schmid | 18. Februar 2026 | 1. Oktober 2026 | 10:00 – 12:00 Uhr
- **Medienanalyse: Erfolg nachweisen und Kommunikationsarbeit optimieren** | Jörg Forthmann | 19. Februar 2026 | 4. Juni 2026 | 10. September 2026 | 5. November 2026 | 10:00 – 16:00 Uhr
- **GEO – Digitale Sichtbarkeit und Reputation im KI-Zeitalter gezielt steuern** | Martin Regnet | 20. Februar 2026 | 10. April 2026 | 09:00 – 13:00 Uhr
- **Stakeholder Journey: Von "one Voice" bis zum "Call to action"** | Klaus Treichel & Hannah Sabina Czekal | 27. Februar 2026 | 20. März 2026 | 10:00 – 13:00 Uhr
- **Performance Communications – Was die Kommunikation von Marketing und Management lernen kann** | Jens

Christmann | 27. Februar 2026 | 12. Juni 2026 | 23. Oktober 2026 | 10. Dezember 2026 | 08:30 – 12:30 Uhr

- **Analytics, AI & Attitude: Wie Kommunikation datenbewusst wird** | Antonia Eidner & Ricarda Heim | 6. März 2026 | 22. Mai 2026 | 9. Oktober 2026 | 4. Dezember 2026 | 09:00 – 13:00 Uhr
- **AR, VR und Mixed Reality in der Unternehmenskommunikation** | Christof Schmid | 10. März 2026 | 8. Dezember 2026 | 10:00 – 12:00 Uhr
- **Kommunikations-Controlling II: Kommunikation strategisch steuern und bewerten** | Dr. Reimer Stobbe | 15. März 2026 | 23. Juni 2026 | 4. August 2026 | 8. Dezember 2026 | 09:00 – 13:00 Uhr
- **Kommunikations-Controlling I: Erfolg steuern, Performance messen und KPI's beherrschen** | Dr. Reimer Stobbe | 19. März 2026 | 25. Juni 2026 | 6. August 2026 | 10. Dezember 2026 | 09:00 – 13:00 Uhr
- **KI-Richtlinie und Ethik** | Christof Schmid | 24. März 2026 | 29. September 2026 | 09:00 – 12:00 Uhr
- **KI Agenten entwickeln** | Amar Hekalo | 2. April 2026 | 2. Oktober 2026 | 10:00 – 14:00 Uhr
- **Digital Newsroom** | Thomas Mickleit | 22. April 2026 | 30. September 2026 | 09:00 – 13:00 Uhr
- **Krisenkommunikation mit KI: Von Früherkennung bis digitale Helfer** | Christian Albrecht | 4. Mai 2026 | 9. November 2026 | 09:00 – 14:00 Uhr
- **Leads to change: Teams erfolgreich durch den Wandel führen** | Matthias Biebl | 12. Mai 2026 | 8. Oktober 2026 | 09:00 – 13:00 Uhr
- **Bildgenerierung mit KI in der Unternehmenskommunikation** | Christof Schmid | Termine auf Anfrage | 10:00 – 12:00 Uhr
- **Prompting für Einsteiger** | Christina Rettig | Inhouse-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

Danny Schwarze

Danny.Schwarze@bshg.com

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

Dr. Reimer Stobbe

reimerstobbe@outlook.de

Maike Molling

maike.molling@eon.com

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



pressrelations
knowledge discovery

YESSPRESS®

netzeffekt



PRESSPAGE

SCHOTT

movingimage

SCHAEFFLER