

Ausgabe 51 / April 2026



**Guten Tag,**

Chatbots wie ChatGPT & Co waren gestern. Heute rüsten Kommunikationsabteilungen auf und setzen zunehmend komplexe KI-Agenten ein. Wie das geht und auch, welche Grenzen es (noch) gibt, steht im Mittelpunkt dieses Newsletters. Richard Tigges und Martin Regnet zeigen ein Szenario auf, wo die Kommunikation 2030 mit KI stehen könnte und Sven Spöde von ZEISS gibt einen Blick in den Maschinenraum, wie man dort Datensilos auflöst, um KI-Assistenten erfolgreich einzusetzen. [Neue Whitepaper zu KI-Agenten](#) geben Dir praktische Unterstützung bei Deinen Vorhaben. Nur noch bis zum 15.4. gibt es die [Early-Bird-Tickets](#) für die Summer School am 7./7.8 Juli bei Melitta in Minden und dann endet auch die Nominierungsfrist für die [CommTech Champions 2026](#). Am 7.7. findet in Minden das AG CommTech Members Meetup statt. Die „digitale Selbsthilfegruppe“ wird in diesem Jahr fünf Jahre alt und steuert auf 1.000 Mitglieder zu. In diesem Newsletter findest Du auch Einladungen zu unseren [kostenlosen Webinaren](#) sowie nützliche Lesetipps. Danke für Dein Interesse!

Viel Spaß beim Lesen!

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



## Das neue Betriebssystem der Kommunikation

---

von Richard Tigges und Martin Regnet

*Agentic AI ist nicht bloß ein weiteres KI-Feature. Es wirft die Frage auf, wer in fünf Jahren Kommunikation gestaltet und wer sie ausführt. Aufbauend auf den Erkenntnissen der AG CommTech Sprintgruppe, in der 14 Expertinnen und Experten den aktuellen Stand der Technologie, die Auswirkungen auf Teams und zentrale Fallstricke analysiert haben, greifen [Richard Tigges](#), Direktor des Instituts für Angewandte Kommunikationsintelligenz und Co-Lead des AG CommTech Clusters Technology, und [Martin Regnet](#), Senior-Experte für digitale Unternehmens- und Finanzkommunikation und Leiter der AG CommTech Sprintgruppe „Agentic AI“, diese Perspektiven in diesem Blogbeitrag auf.*

### **2030: Zwei Szenarien, eine Weichenstellung**

Szenario A klingt verlockend: Das „Operating System of Comms“. Agenten übernehmen Monitoring, Briefings, Repurposing. Morgens liegt der Medienentwurf fertig vor – mit Bewertung, Eskalationssignal, Vorantwort zur Freigabe. Der Pressesprecher entscheidet, das System bereitet alles weitere vor. Microsoft belegt, dass 16 von 20 Schritten einer Earned-Media-Story heute bereits automatisierbar sind. Nur

Schritte 5 bis 8 – Story-Idee, Zielgruppe, Pitching, Spokesperson-Briefing – bleiben dezidiert menschlich. Wir wollen schließlich den Geschmack von Menschen treffen und mit ihnen Beziehungen pflegen.

Szenario B ist das Gegenteil: der „Hive Mind“. Ein Agent greift eine Falschmeldung auf, antwortet automatisiert – niemand hat gegengelesen. LLMs bestätigen fehlerhafte Prämissen in Studien mit bis zu 90 Prozent. Wer das Modell kontrolliert, kontrolliert die Kommunikationslogik. Dario Amodei, CEO von Anthropic, hat es klar formuliert: Agentische Systeme bringen enorme Produktivitätsgewinne und zugleich neue Risiken von Fehlsteuerung, Missbrauch und Machtkonzentration. Das ist kein Disclaimer. Das ist das Pflichtenheft.

[Jetzt lesen](#)

---

Hast Du das Webinar im März verpasst und möchtest mehr erfahren?

Unser Whitepaper "Agentic AI in der Unternehmenskommunikation - Use Cases, Teams und die richtigen Agenten zum Start" zeigt Dir:

- Wie Du KI von einzelnen Tools zu vernetzten, autonomen Workflows weiterentwickelst
- Welche konkreten Use Cases heute schon echten Mehrwert liefern
- Wie sich Rollen im Kommunikationsteam verändern und warum Human in the Loop zentral bleibt

[Jetzt runterladen](#)

GEFRAGT



## „Weniger Dokumente, mehr Knowledge Objects“ – Wie ZEISS KI-Assistenten systematisch aufbaut

---

### Interview mit Sven Spöde

*Wie verändert KI die Kommunikationsarbeit in einem globalen Technologiekonzern? [Sven Spöde](#), Specialist GenAI for Marketing & Communications bei ZEISS Group, gibt Einblicke in den strategischen Aufbau von KI-Assistenten. Im Zentrum steht die systematische Strukturierung von Wissen als Grundlage für wirksame Anwendungen. In unserem Interview erläutert er, wie sogenannte Knowledge Objects klassische Dokumente ergänzen, weshalb Context Engineering zu einer zentralen Kompetenz wird und wie Governance von Beginn an integraler Bestandteil der Entwicklung ist.*

**AG CommTech:** Sven, Ihr seid bei ZEISS mit über 46.600 Mitarbeitenden und sehr unterschiedlichen Business Units unterwegs. Wo setzt Ihr beim Thema KI in der Kommunikation an?

**Sven Spöde:** Wir verfolgen drei Ansätze gleichzeitig – bewusst und koordiniert.

Erstens: Konkrete Use Case Implementation. Wir starten mit klar umrissenen Anwendungsfällen, die bereits heute Mehrwert schaffen. So sammeln wir reale Erfahrung und machen KI unmittelbar nutzbar.

Zweitens: Schulung und Training der Mitarbeitenden mit Fokus auf Context Engineering. Unsere Kolleginnen und Kollegen sind die Expertinnen und Experten für Marke, Märkte und Inhalte – nicht die general-purpose KI. Deshalb befähigen wir sie, ihr Wissen

systematisch aufzubereiten: implizite Regeln explizit zu machen, Kommunikationslogiken zu strukturieren und Kontext bewusst zu formulieren.

Context Engineering bedeutet für uns: Fachwissen so zu modellieren, dass es operational nutzbar wird.

Drittens: Strategischer Aufbau der Governance- und Infrastruktur-Schicht. Versionierung, Modelltransparenz, klare Verantwortlichkeiten und dokumentierte Freigaben entstehen parallel. Governance ist kein Hindernis, sondern Voraussetzung für Skalierung und Vertrauen.

Gerade in der Kommunikation können wir es uns nicht leisten, sequentiell zu denken. Anwendung, Befähigung und Infrastruktur wachsen gemeinsam.

KI ersetzt keine Kommunikations-Expertise – sie verstärkt sie. Der entscheidende Wettbewerbsvorteil entsteht dort, wo Fachwissen strukturiert, reflektiert und systematisch nutzbar gemacht wird.

[Jetzt weiterlesen](#)

## MASCHINENRAUM

### Neues Whitepaper

#### **So bauen Kommunikationsabteilungen eine Datenbasis für ihre KI-Anwendungen auf**

Wer KI in der Kommunikation nicht nur ausprobieren, sondern strategisch nutzen will, muss beim Fundament anfangen: den eigenen Daten. Denn ohne eine belastbare, strukturierte und gepflegte Datenbasis bleibt KI Stückwerk – schnell in der Anwendung, aber begrenzt in Wirkung und Skalierbarkeit.

Das Whitepaper zeigt, wie Kommunikationsabteilungen genau diese Grundlage schaffen: von der gezielten Datenbeschaffung über Bereinigung und Strukturierung bis hin zur Bereitstellung für moderne KI-Systeme. Es wird deutlich, dass nicht Datenmenge den Unterschied macht, sondern Relevanz, Qualität und klare Governance.

Denn erst mit der richtigen Datenbasis wird aus KI ein System, das Kommunikation messbar verbessert, Prozesse automatisiert und echte strategische Wirkung entfaltet.

Wenn Du mehr über das Thema erfahren möchtest, lade Dir gerne kostenfrei das neue Whitepaper der AG CommTech herunter.

[Jetzt lesen](#)

---

## Regionaltreffen in München

**„Über KI spricht man am besten in persönlichem Austausch“**



Das Regionaltreffen „Süd“ der AG CommTech am 12. März bei E.ON in München bot auch in diesem Jahr wieder einen vielfältigen und inspirierenden Blick auf die digitale Transformation der Kommunikation. Expert\*innen aus Unternehmen und Organisationen nutzten die Gelegenheit, um sich intensiv zu vernetzen, Erfahrungen auszutauschen und die aktuellen Herausforderungen rund um KI, Strategie und Organisationsentwicklung zu diskutieren.

Ein Höhepunkt war die Einordnung der KI- und Kommunikationsstrategie von E.ON Energie Deutschland, die Maike Molling und Stefan Moriß eindrucksvoll präsentierten. Ihr Blick in einen cross-funktional organisierten, themenzentrierten und datengetrieben gesteuerten Newsroom machte deutlich, wie GEO –

Generative Engine Optimization – über Earned, Shared und Owned hinweg systematisch vorangetrieben werden kann. Die Reaktionen aus dem Raum zeigten: Genau solche Einblicke schaffen Orientierung in einer Zeit, in der niemand die eine Antwort auf KI hat, Organisationen aber mutig experimentieren müssen.

Im Anschluss stellte Dr. Reimer Stobbe die aktuelle CommTech-Index-Studie vor und moderierte durch den Abend. In der Gruppenarbeit wurde dabei rasch klar, dass viele Fragen weiterhin offen sind: Wie verändert KI die Rolle von Kommunikator\*innen? Was bedeutet das für Rollenprofile, Teamstrukturen und das Standing der Kommunikation im Unternehmen? Und welche neuen Kennzahlen brauchen wir eigentlich, um KI-Effekte messbar zu machen?

Gleichzeitig kristallisierten sich mehrere zentrale Handlungsfelder heraus, die für die zukünftige Arbeit der AG wichtig sein werden:

- **Die Geschwindigkeit der Entwicklung ist enorm** – nicht nur technisch, sondern auch organisatorisch und kulturell. Viele Teams kämpfen damit, mitzuhalten und gleichzeitig stabil zu bleiben.
- **Ohne klare Strategie geht es nicht.** Oft wird zu stark in Tools gedacht und zu wenig in Zukunftsbildern. Ein gemeinsames Narrativ, das Orientierung schafft, wird wichtiger denn je.
- **Ethik und Nachhaltigkeit von KI gehören zwingend auf die Agenda.** Neben technischen Fragen ist die Haltung entscheidend – gesellschaftlich, politisch und im Unternehmen.
- **Kommunikation braucht ein System.** Die Vielzahl an Inhalten lässt sich nur dann erfolgreich orchestrieren, wenn Earned, Shared, Owned und Paid zusammengedacht werden

Weitere Impulse kamen aus der Diskussion rund um integrierte Kommunikation, die eindrucksvoll unterstrich, wie wichtig gemeinsame Ziele und einheitliche Messmethoden bleiben – insbesondere dann, wenn datenbasierte Argumente helfen, interne Diskussionen zu versachlichen.

Das Treffen endete nicht nur mit neuen Einsichten, sondern vor allem mit dem Gefühl: Wir stehen mitten in einem tiefgreifenden Wandel. KI

verändert Rollen, Prozesse, Erwartungshaltungen – und bietet enorme Chancen, wenn wir sie verantwortlich, strategisch und systematisch nutzen.

Die gute Nachricht: Der Gesprächsbedarf ist groß, der Austausch wertvoll – und die Einladung zum nächsten Regionalstammtisch im Biergarten steht bereits in Aussicht.

---

### **Erkenntnisse aus der Interessengruppe Data & Insights Experts**

In unserer jüngsten Session der Interessensgruppe **Data & Insights Experts** sind wir in die Mechanik moderner Kommunikation eingetaucht. Unter dem Titel „**Beyond Output – Rethinking Communication and AI**“ hat uns **Maximilian Miguletz** (Director Strategic Communication bei Scompler) aufgezeigt, warum die Branche Gefahr läuft, das „falsche Spiel“ zu gewinnen.

**Die Kernfrage:** Kommunizieren wir wirklich noch oder „publishen“ wir nur noch in Hochgeschwindigkeit?

[Jetzt weiterlesen](#)

---

### **Termine der Cluster**

#### **Cluster Organisation & Prozesse**



**Julia Heymann, Tribe Lead  
Corporate Communication**

berichtet aus dem Innenleben  
des Bereichs „Corporate Strategy  
& Communication“ bei  
Atruvia.Block

## Wie gut funktionieren Corporate Strategy & Communication in einer Org-Einheit?

Strategisches Messaging, Key Topics, Stakeholder Management etc. - die Zusammenarbeit zwischen den Bereichen Strategie und Kommunikation ist eine der wichtigsten Schnittstellen in jedem Unternehmen. Bei Atruvia ist der Dienstweg zwischen beiden Funktionen so kurz wie möglich – sie teilen sich einen Bereich. Wie sieht das Org-Modell dahinter aus, wie ist die Zusammenarbeit prozessual aufgebaut und welche Up- und Downsides gibt es? Julia wird es uns verraten.

Die Teilnahme ist für alle Mitglieder der AG CommTech offen. Wenn Du teilnehmen möchtest, melde Dich bitte unter [info@agcommtech.de](mailto:info@agcommtech.de) oder gleich über den Button. Den Link zum Teams-Event bekommst Du im Anschluss zugeschickt.

### [Anmeldung zum Cluster-Meeting](#)

---

## 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) und Maike Molling (E.ON) in der nächsten Zeit befassen wird. Die Meetings finden jeweils **von 17 Uhr bis 18 Uhr** statt.

- **09.04.:** Fluch & Segen des Intranets: Ein Kanal im Spannungsfeld zwischen Orientierung und (user-generierter) Informationsflut.

Schon gewusst? Die Interessensgruppe hat einen eigenen Teams-Kanal. Dort wollen wir in Zukunft noch mehr Materialien teilen und uns austauschen. [Klick](#) also direkt mal rein.

### [Jetzt anmelden](#)

---

## Data & Insight Experts

- **21. April** (16 Uhr): Marius Johnen, Eintracht Frankfurt: Vom Abpfiff zum Insight
- **27. Mai** (17 Uhr): Ann-Cathrin Schaefer, Otto: Comms Analytics bei OTTO
- **24. Juni** (16 Uhr): Marc Jungblut, LMU München: Titel TBD
- **22. Juli** (16 Uhr): Andreas Quest, IMWF: Wertsteigerung durch Reputation

Wenn Du dabei sein möchtest, melde Dich bitte unter [info@agcommtech.de](mailto:info@agcommtech.de) oder gleich über den Anmelde-Button.

[Jetzt anmelden](#)

---

## MENSCHEN



**Neu in der AG CommTech**

**Nicola Sollberger**

*[Nicola Sollberger](#) ist Projektleiter Kommunikation bei economiesuisse, dem Dachverband der Schweizer Wirtschaft. In dieser Rolle leitet er die interne Arbeitsgruppe CommTech, die als strategische Plattform*

*die systematische Weiterentwicklung und langfristige Verankerung einer datenbasierten und KI-gestützten Kommunikation in der Verbandsarbeit vorantreibt. Nicola verfügt über einen Master der Universität Zürich in Strategischer Kommunikation & Management sowie in Rechtswissenschaften.*

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

Ich bin Mitglied der AG CommTech geworden, weil mich datenbasierte und KI-gestützte Kommunikation schon seit längerer Zeit fasziniert und ich mich intensiv mit dieser Thematik beschäftige. Mich interessiert insbesondere, wie Daten und neue Technologien die strategische Kommunikation wirksamer und effizienter machen können. Die AG CommTech bietet für mich die ideale Plattform, meine bisherigen Erfahrungen einzubringen, mich mit anderen Praktikerinnen und Praktikern auszutauschen und gemeinsam an konkreten Ansätzen für eine wirkungsvollere und zukunftsfähige Kommunikation zu arbeiten.

### **Warum findest du es relevant, das Thema CommTech weiter voranzutreiben?**

Kommunikation funktioniert heute zunehmend datenbasierte und KI-gestützt. Wer sich jetzt nicht systematisch mit dieser Entwicklung auseinandersetzt, verliert rasch den Anschluss. Daher war es ein bewusster strategischer Entscheid von *economiesuisse*, diesen Bereich zu fokussieren und mit einer eigenen internen Arbeitsgruppe CommTech strukturiert voranzubringen. Der gezielte Einsatz von KI hilft uns, Prozesse effizienter zu gestalten, Ressourcen besser einzusetzen und schneller fundierte Entscheidungen zu treffen. So stellen wir sicher, dass unsere Kommunikation auch künftig strategisch, wirkungsvoll und kampagnenfähig bleibt.

### **Welche Rolle spielt datenbasierte Kommunikation für *economiesuisse*?**

Sie spielt eine zentrale Rolle. Als Wirtschaftsverband sind wir darauf angewiesen, gesellschaftliche, politische und mediale Entwicklungen fundiert zu analysieren, um unsere Kommunikation strategisch auszurichten und evidenzbasierte Positionen wirksam zu vermitteln. Entsprechend haben wir früh begonnen, Daten systematischer in der Kommunikationsarbeit zu nutzen und mit unserer internen Arbeitsgruppe Commtech eine Struktur geschaffen, um Kompetenzen,

Tools und Best Practices im Bereich daten- und technologiegestützter Kommunikation gezielt weiterzuentwickeln.

Gleichzeitig ist datenbasierte Kommunikation auch für unsere Kampagnenarbeit von zentraler Bedeutung. Daten helfen uns, Zielgruppen besser zu verstehen, Botschaften präziser zuzuschneiden, Kanäle effizient einzusetzen und die Wirkung unserer Massnahmen laufend zu evaluieren und zu optimieren. Damit ist datenbasierte Kommunikation sowohl strategisch als auch operativ ein wesentlicher Erfolgsfaktor für die Interessenvertretung von *economiesuisse*.

---

#### AUFGELESEN



### Employee Communications Report

von Gallagher

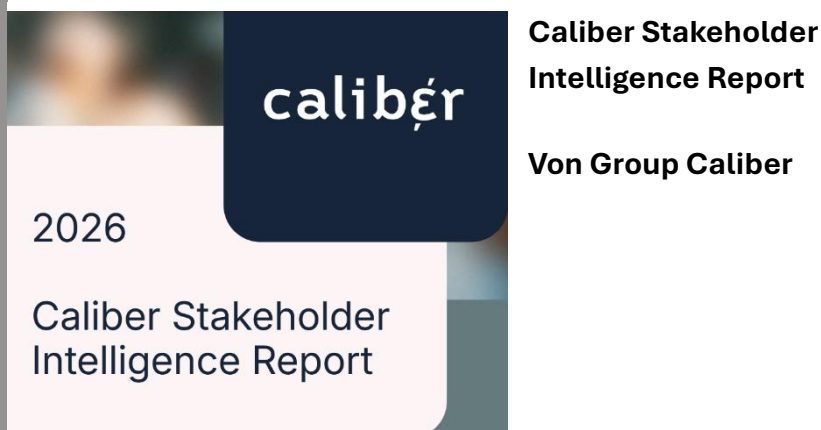
Der *Employee Communications Report 2026* von Ben Reynolds und dem Kommunikationsteam des Beratungsunternehmens Gallagher basiert auf Befragungen von mehr als 1.300 Kommunikations- und HR-Verantwortlichen aus rund 40 Ländern. Der Report erscheint im Rahmen der „Workforce Trends Report Series“ und untersucht, wie sich interne Kommunikation unter Bedingungen von permanentem Wandel, technologischer Beschleunigung und steigenden Erwartungen der Belegschaften verändert.

Zentrale Beobachtung ist eine wachsende **Readiness Gap**: eine Lücke zwischen den Risiken, mit denen Organisationen konfrontiert sind, und den Fähigkeiten ihrer Kommunikationsfunktionen, diese zu bewältigen. Viele Teams streben eine strategische Rolle an, doch nur ein kleiner Teil sieht sich tatsächlich dort angekommen. Ein wichtiger Unterschied zwischen leistungsfähigen und weniger reifen Funktionen

liegt in der strategischen Verankerung. Teams mit klar formulierten, im Unternehmen bekannten Kommunikationsstrategien berichten häufiger über höhere Wirkung, bessere Messbarkeit und stärkeren Einfluss auf Entscheidungen. Gleichzeitig zeigt der Report, dass grundlegende Strukturen oft fehlen: Viele Organisationen arbeiten ohne formale Change-Kommunikationsansätze, ohne systematische Zielgruppenprofile oder ohne konsistente Messmodelle.

Ein zweites Muster betrifft die operative Realität der Kommunikation. Die Studie beschreibt eine Umgebung mit hohem Nachrichtenvolumen, wachsender Informationsüberlastung und **zunehmender Erschöpfung der Belegschaft**. Risiken wie Burnout, mangelnde Führungskommunikation oder fehlende strategische Orientierung werden von vielen Befragten als zentrale Herausforderungen genannt. Gleichzeitig zeigen die Daten, dass **zielgruppenorientierte Ansätze** – etwa Segmentierung, persönliche Ansprache oder stärkeres Zuhören – diese Risiken spürbar reduzieren können.

[Zum Lesetipp](#)



Der *Caliber Stakeholder Intelligence Report 2026* positioniert Stakeholder Intelligence als datenbasierte Grundlage für strategische Entscheidungen im Reputationsmanagement.

Zentral ist der veränderte Kontext: Wahrnehmung entsteht im Umfeld multipler Krisen („polycrisis“). Ökonomische Sorgen wie steigende Lebenshaltungskosten, Rezessionsängste und

Arbeitsplatzunsicherheit dominieren global die Agenda und überlagern klassische Themen wie Klimawandel. Reputation wird damit stark durch externe Rahmenbedingungen geprägt und verlangt empathische, kontextbewusste Kommunikation.

Ein zentraler Befund des Reports ist der Zusammenhang zwischen Markenwahrnehmung und Verhalten. Der **Trust & Like Score** fungiert als starker Prädiktor für Unterstützung, Kaufbereitschaft und Arbeitgeberattraktivität. Entscheidend sind dabei im deutschen Markt vor allem die Dimensionen Offerings, Inspiration und Authentizität.

Ein zentraler Hebel ist die Vertrautheit, operationalisiert über Awareness und Familiarity. In diesem Zusammenhang beschreibt die **Awareness-Familiarity-Gap** die Differenz zwischen bloßer Bekanntheit und tatsächlicher Vertrautheit mit einem Unternehmen. Die Daten zeigen einen klaren Zusammenhang: Eine große Awareness-Familiarity-Gap geht mit höherer Volatilität und erhöhtem Reputationsrisiko einher, während eine geringere Gap mit stabileren und tendenziell höheren Trust & Like Scores korreliert.

Dieser Befund macht deutlich, dass Sichtbarkeit allein nicht ausreicht. Unternehmen müssen eine glaubwürdige, relevante Brand Story entwickeln, die echte Familiarity erzeugt und damit Resilienz gegenüber Reputationschwankungen schafft.

[Zum Lesetipp](#)

---

LIVE

**Jetzt buchen**

**CommTech Academy Summer School 2026**



Melitta®



# CommTech Academy Summer School 2026

communication meets technology

Die Lern- und Anwendungsplattform für den praxisnahen  
Aufbau digitaler Kompetenzen

mit der

## Verleihung der CommTech Champion Awards

Melitta, Minden, 07. und 08. Juli 2026



YESSPRESS®



Facultät für Betriebswirtschaftslehre  
EXCELLENCE  
CENTRE FOR INNOVATION



Die Kommunikationsbranche fordert seit Jahren mehr Professionalisierung – besonders im Bereich Digitalisierung. Doch zwischen steigenden Erwartungen, knappen Ressourcen und fehlender Orientierung bleibt die entscheidende Frage oft offen: **Wie bauen wir CommTech-Kompetenzen systematisch und praxisnah auf?**

Genau hier setzt die **CommTech Academy Summer School** an – veranstaltet von der **AG CommTech, CommTech Academy, DPRG und Melitta**.

Am **08. Juli** erwartest Dich bei **Melitta in Minden** ein kompaktes, intensives Tagesformat für digital-affine Kommunikatorinnen und Kommunikatoren aus der Unternehmenskommunikation, die ihre CommTech-Fähigkeiten gezielt ausbauen wollen: **praxisnah, tool-orientiert und mit klarem Fokus auf Transfer in den Arbeitsalltag**.

Freue Dich unter anderem auf spannende Sessions wie:

- **Transformation gestalten: Mindset, Strukturen & TechStacks. Menschen im Fokus des digitalen Wandels** von Susanne Röber (Director Digital Strategy & Transformation, Melitta Gruppe)
- **Die 3 Illusionen im KI-Zeitalter: Was Kommunikation jetzt wirklich braucht** von Janine Langlotz (VP Produktmarketing & Kommunikation, Deutsche Post & DHL)

Alle Informationen zur Veranstaltung und zur Anmeldung findest Du [hier](#).

**Don't miss it – wir freuen uns auf Dich am 08. Juli!**

**Nur noch bis zum 15. April zum Early-Bird-Preis von 395 €.**

[Jetzt zum Early-Bird-Preis anmelden](#)

---

## **CommTech Champion Awards 2026**

**Endspurt: Nur noch bis zum 15.4. Nominiere jetzt Deinen CommTech Champion 2026**

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**

**Auf Thementrends surfen: Mit KI aufkommende Themen frühzeitig erkennen und nutzen**

Das Erkennen von aufkommenden Themen ist ein extrem kritischer Erfolgsfaktor für Kommunikationsabteilungen. Denn: Wer aufkommende Krisenthemen rechtzeitig sieht, gewinnt wertvolle Zeit, die Krise frühzeitig einzudämmen. Andererseits eröffnet das frühe

Erkennen von positiven Themen die Chance, das Thema früh zu besetzen und die Themenwelle erfolgreich zu surfen.

Tatsächlich sind heute die wenigsten Kommunikationsabteilungen in der Lage, aufkommende Themen frühzeitig zu sehen. Mit Hilfe von KI ist das leicht machbar.

Wie das geht, zeigen wir Euch in einem kostenfreien Webinar der AG CommTech am **28. April** von **11:30 bis 12:30 Uhr**. Mit dabei sind:

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

[Jetzt anmelden](#)

---

COMMTECH ACADEMY



**Webinar**

**Einstieg in die Steuerung von Kommunikation**

**Steuerung und Management von Kommunikationswirkung** braucht Mindset, methodisches Know-how und Handwerk. Die gute

Nachricht: es gibt ein entwickeltes und in der Praxis bewährtes Set an Methoden, die erlernbar sind.

Dieses kostenlose Webinar gibt einen **Einblick** durch den CommTech Academy Seminarleiter und Experten für Kommunikations-Controlling, Dr. Reimer Stobbe.

- **Kommunikation sichtbar machen:** Warum ist Kommunikation für den Erfolg des Unternehmens relevant und wie lässt sich das zeigen?
- **Reputationsrisiken** erkennen und steuern – mit Hilfe eines übergreifenden Themenmanagements.
- Die DSGVO/ICV **Wirkungsstufen** als praktisches Tool verstehen: stufenweise Ziele entwickeln, Maßnahmen und KPIs zuordnen.
- **Governance schaffen:** Prozesse, Tools und KPIs für die Organisation standardisieren.
- **Integrierte Datenstrategie** auf Basis der Wirkungsstufen (Funnel) konkret planen und mit IT und Datenschutz realisieren.
- **KI nutzen** und das CRM einbinden – Muster und Vorhersagen.
- **Benchmarks & Reporting:** Einheitliche KPIs für Vergleiche und Reporting.
- **Dashboards** durch die Verbindung von Zielen und Daten sinnvoll und nützlich machen.

Das ist viel und scheint komplex. Aber auch diese Reise beginnt mit dem ersten Schritt. Denn in jeder Organisation sind schon viele Bausteine vorhanden, mit denen man sofort starten kann.

**Das Webinar ist Ihr erster Schritt:** Wer anschließend tiefer einsteigen möchte, kann den „Bauplan“ für ein leistungsfähiges Kommunikationssteuerungssystem in den Seminaren von Dr. Reimer Stobbe erhalten. Aus seiner langjährigen Umsetzungserfahrung in einem globalen Unternehmen kommt außerdem viel praktisches Wissen mit.

Melde Dich jetzt an für das Seminar am **7. Mai 2026** von **11:00 - 12:00 Uhr**. Mit dabei sind

- **Reimer Stobbe**, freiberuflicher Dozent/Autor/Berater, strategisches Kommunikationscontrolling
- **Christof Schmid**, Gründer Hi Story Consulting und Gründer 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.

- **KI Agenten entwickeln** | Amar Hekalo | 2. April 2026 | 2. Oktober 2026 | 10:00 – 14:00 Uhr
- **Kommunikations-Controlling III: Analytics Engineering in der Kommunikation** | Patrik Götz | 8. April 2026 | 5. August 2026 | 7. Oktober 2026 | 09:00 – 13:00 Uhr
- **GEO – Digitale Sichtbarkeit und Reputation im KI-Zeitalter gezielt steuern** | Martin Regnet | 10. April 2026 | 09:00 – 13:00 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

- **Analytics, AI & Attitude: Wie Kommunikation datenbewusst wird** | Antonia Eidner & Ricarda Heim | 22. Mai 2026 | 9. Oktober 2026 | 4. Dezember 2026 | 09:00 – 13:00 Uhr
- **Medienanalyse: Erfolg nachweisen und Kommunikationsarbeit optimieren** | Jörg Forthmann | 4. Juni 2026 | 10. September 2026 | 5. November 2026 | 10:00 – 16:00 Uhr
- **Performance Communications – Was die Kommunikation von Marketing und Management lernen kann** | Jens Christmann | 12. Juni 2026 | 23. Oktober 2026 | 10. Dezember 2026 | 08:30 – 12:30 Uhr
- **Kommunikations-Controlling II: Kommunikation strategisch steuern und bewerten** | Dr. Reimer Stobbe | 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 | 25. Juni 2026 | 6. August 2026 | 10. Dezember 2026 | 09:00 – 13:00 Uhr
- **KI-Richtlinie und Ethik** | Christof Schmid | 29. September 2026 | 09:00 – 12:00 Uhr
- **ChatGPT & MS Copilot boosten** | Christof Schmidt | 30. September 2026 | 09:00 – 12:00 Uhr
- **Comms KI Assistenten** | Christof Schmid | 1. Oktober 2026 | 10:00 – 12:00 Uhr
- **AR, VR und Mixed Reality in der Unternehmenskommunikation** | Christof Schmid | 8. Dezember 2026 | 10:00 – 12:00 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](#)

---

## Themencluster Organisation & Prozesse

**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)

**Thomas Mickleit**

[thomas.mickleit@agcommtech.de](mailto:thomas.mickleit@agcommtech.de)

**Klaus Treichel**

[klaus@treichel-kom.de](mailto:klaus@treichel-kom.de)

**Danny Schwarze**

[Danny.Schwarze@bshg.com](mailto:Danny.Schwarze@bshg.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 Strategie & Wirkungsmessung

**Jörg Forthmann**

[joerg.forthmann@faktenkontor.de](mailto:joerg.forthmann@faktenkontor.de)

**Dr. Reimer Stobbe**

[reimerstobbe@outlook.de](mailto:reimerstobbe@outlook.de)

**Maike Molling**

[maike.molling@eon.com](mailto:maike.molling@eon.com)

---

#### **Themencluster Mensch & Kultur**

**Annette Siragusano**

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

**Jacqueline Casini**

[jacqueline@mtu-solutions.com](mailto:jacqueline@mtu-solutions.com)

**Lena Wouters**

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

**Florian Müller**

[florian2.mueller@audi.de](mailto:florian2.mueller@audi.de)

---

#### **Interessensgruppe Interne Kommunikation**

**Markus Fuhrmann**

[markus.fuhrmann@universal-investment.com](mailto:markus.fuhrmann@universal-investment.com)

**Maike Molling**

[maike.molling@eon.com](mailto:maike.molling@eon.com)

---

#### **Interessensgruppe CvD**

**Nikola Gardeweg**

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

---

**Interessensgruppe Data & Insights Experts**

**Florian Müller**

[florian2.mueller@audi.de](mailto:florian2.mueller@audi.de)

[LinkedIn-Gruppe AG CommTech](#)

**Medienpartner**



**Förderer**

