



Guten Tag,

In zwei Monaten, am 7./8. Juli, treffen wir uns zur CommTech Academy Summer School bei Melitta in Minden. Wer schon am 7.7. anreist, kann um 14.30 Uhr an einer Werksführung teilnehmen, um 16.00 Uhr startet das AG CommTech Members Meetup und um 18.00 Uhr folgt die Verleihung der CommTech Champion Awards. Ab 19.30 Uhr gibt es ein informelles Get-Together mit Drinks & Food. Die Summer School startet am 8.7. um 10.00 Uhr, vorher gibt es ein Frühstück. Alle Infos zum Programm und die Möglichkeit zur Registrierung findest Du [hier](#).

In diesem Newsletter schreibt Oliver Heyden von pressrelations über die Möglichkeiten, mit Hilfe von KI frühe Signale von Themenkarrieren zu erfassen und zu nutzen. Mediamonitoring wächst so über die Analyse des Bekannten zur Prognose des Erwartbaren. Mit Timo Radzik, Functional Excellence Consultant bei Siemens, sprechen wir über die Bedeutung von Prozessklarheit für den erfolgreichen Einsatz von KI; es erwarten Euch wieder zahlreiche Angebote aus den AG CommTech Initiativen und Interessensgruppen und natürlich unser Webinar des Clusters Strategie & Wirkungsmessung am 20.05. zum Thema „Wie Kommunikationsabteilungen aufkommende Krisen mit KI früher erkennen können“. [Hier](#) geht es zur Anmeldung.

Viel Spaß beim Lesen!

Euer Leitungskreis der AG CommTech

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



Früher sehen, was später zählt

Wie KI strategische Themenarbeit in der Kommunikation anschiebt

von Oliver Heyden

KI-gestützte Themenanalysen versprechen, Trends früher zu erkennen – doch worauf kommt es wirklich an, wenn aus ersten Signalen strategisch relevante Narrative werden? Und wie lässt sich zwischen kurzfristigem Hype und nachhaltiger Relevanz unterscheiden? [Oliver Heyden](#), Chief Strategy Officer bei pressrelations, zeigt, wie Kommunikation mit Hilfe von KI Themen beobachtet, ihre Entstehung systematisch analysiert und ihre Entwicklung gezielt mitgestaltet.

Themen sind selten plötzlich da. Sie existieren meist schon sehr lange in irgendeinem kulturellen oder fachlichen Echoraum, entwickeln sich, verändern ihre Bedeutung und gewinnen erst dann an Durchschlagskraft, wenn sie aus ihrer Echoraum-Ursuppe herausfinden und anschlussfähig werden zu größeren Narrativen oder selbst zu einem solchen heranwachsen.

Ein gutes Beispiel dafür ist Longevity. Als Begriff und Thema erstmals 2013 medial aufgetaucht, war es lange ein ziemlich verschrobener Silicon Valley Kult, um dann etwa 2022 plötzlich anschlussfähig zu werden an das große Narrativ von der gesunden Ernährung. Inzwischen ist Longevity selbst ein mächtiges Narrativ, das bereits Regalmeter an Ratgeber-Literatur hervorgebracht hat und als Trendlokomotive neue Themen wie Darmgesundheit und das Mikrobiom oder antientzündliche Ernährung hinter sich herzieht.

[Jetzt lesen](#)

Hast du das Webinar von Oliver Heyden verpasst, möchtest aber verstehen, wie KI dabei hilft, relevante Themen frühzeitig zu erkennen und strategisch zu nutzen? Kein Problem, schau Dir jetzt noch unsere Aufzeichnung des Webinars an.

[Zur Aufzeichnung](#)



Kommunikationsprozesse sind ein Paradies für AI-Agents, doch oft fehlt die Basis.

Interview mit Timo Radzik

AI-Agents gelten als nächster Evolutionsschritt nach Chatbots und Copiloten – doch was leisten sie wirklich in der Unternehmenskommunikation? Und wo stoßen sie an Grenzen? Im Interview erklärt [Timo Radzik](#), Functional Excellence Consultant bei Siemens, wie sich kommunikative Prozesse agentisch denken lassen und warum Prozessklarheit wichtiger ist als Technologie.

AG CommTech: Timo, ganz grundsätzlich: Was verstehst du unter AI-Agents – und warum sind sie gerade jetzt relevant für die Unternehmenskommunikation?

Timo Radzik: Für mich sind AI-Agents der nächste logische Schritt nach der bisherigen KI-Nutzung. Wir kommen aus einer Phase, in der wir KI punktuell eingesetzt haben, vor allem zum Suchen und Aufbereiten von Informationen. Ein Agent geht darüber hinaus: Er führt mehrere Schritte in einem Prozess selbstständig aus. Genau das macht ihn für die Kommunikation so interessant, weil unsere Arbeit stark prozessgetrieben ist – auch wenn uns das oft gar nicht bewusst ist.

[Jetzt weiterlesen](#)

MASCHINENRAUM

Erkenntnisse aus dem Cluster Organisation & Prozesse



„Man muss sich aufeinander einlassen“

Interview mit Julia Heymann

[Julia Heymann](#), Tribe Lead Corporate Communication bei der Atruvia AG, über das Zusammenwachsen von Strategie und Kommunikation, das Spotify-Modell in der Praxis – und warum Nähe durch gemeinsames Arbeiten nicht automatisch entsteht.

Atruvia ist der Digitalisierungspartner der genossenschaftlichen FinanzGruppe – und, wie Julia Heymann selbst schmunzelnd sagt, „das größte IT-Unternehmen in Deutschland, das keiner kennt“. Mit rund 5.500 Mitarbeitenden, knapp 900 Kundenbanken und über 150.000 Bankarbeitsplätzen gehört das Unternehmen zur kritischen Infrastruktur Deutschlands. Im Jahr 2020 startete Atruvia in die Transformation zu einer agilen Organisation, ausgerichtet nach dem Spotify-Modell, seit 2024 arbeiten Unternehmensstrategie und Unternehmenskommunikation in einem gemeinsamen Servicefeld zusammen. Wir haben mit Julia über Goldschatz, Bergwerk und den Umgang mit Schnittstellen gesprochen.

AG CommTech: Julia, Ihr habt 2020 das Spotify-Modell eingeführt. Was heißt das konkret für deine Arbeit?

Julia Heymann: Es heißt bei Atruvia vor allem: cross-funktionale Teams, die Produkte und Themen end-to-end verantworten, und keine klassischen Silos mehr. Neben dem Vorstand gibt es nur noch zwei Führungsebenen. Der Fokus liegt auf Geschwindigkeit, Eigenverantwortung und skalierbarer Zusammenarbeit. Wir entwickeln unser Zusammenarbeitsmodell aber auch ständig weiter. Klarheit in Rollen, Aufgaben und Zuständigkeiten ist dabei entscheidend – sonst funktioniert es nicht.

[Jetzt weiterlesen](#)

Erkenntnisse aus der Interessengruppe Interne Kommunikation

Intranet - Fluch oder Segen?

Interne Kommunikation ohne Intranet ist heute kaum vorstellbar.
Aber: Kaum ein Kanal polarisiert so stark. Für die einen ist es die

unverzichtbare *Single Source of Truth*, für die anderen ein digitales Schwarzes Loch voller ungelesener Inhalte.

In der jüngsten Sitzung der **AG CommTech Interessengruppe IK** haben Kommunikationsverantwortliche offen diskutiert, wo Intranets heute wirklich stehen – jenseits von Tool-Versprechen, Buzzwords und Wunschbildern.

Das Ergebnis: **kein Patentrezept, aber klare Spannungsfelder, wiederkehrende Muster und unbequeme Wahrheiten.**

[Jetzt weiterlesen](#)

Erkenntnisse aus der Interessengruppe Data & Insights Experts

Insights bei Eintracht Frankfurt: Wie Daten den „Spielfluss“ der Kommunikation verändern

In unserer April-Session der Interessensgruppe Data & Insights haben wir den Blick über den Tellerrand der klassischen Corporate-Welt gewagt und uns Inspiration auf dem Platz geholt. **Marius Johnen, Head of Analytics & Strategic Projects bei Eintracht Frankfurt**, gab uns exklusive Einblicke, wie ein Bundesligist das „Spielfeld“ der Marktforschung neu vermisst.

Vom Bauchgefühl zur Echtzeit-Steuerung. Marius Johnen verdeutlichte eindrucksvoll, dass die Zeit der dezentralen Daten-Silos vorbei ist. Die Eintracht hat ihre Marktforschung radikal zentralisiert. Das Ergebnis? Feedbackdaten der Fans fließen heute nicht mehr Wochen später in staubige PDFs, sondern landen unmittelbar nach dem Abpfiff oder nach Interaktionen in den strategischen Dashboards.

Die drei wichtigsten „Take-aways“ der Session:

- **Echtzeit schlägt Zeitlupe:** Durch automatisierte Befragungen und KI-gestützte Sentiment-Analysen liegen Ergebnisse oft innerhalb von Minuten vor. Das ermöglicht eine proaktive Steuerung von Content, Merchandising und Fan-Experience.
- **Daten als objektiver Schiedsrichter:** In internen Diskussionen dienen die Insights als legitime Faktenbasis, um strategische Entscheidungen gegenüber dem Management abzusichern und Debatten zu versachlichen
- **Struktur vor Tool:** Der Erfolg der digitalen Transformation bei der Eintracht basiert auf klar definierten Prozessen und der „Demokratisierung“ von Daten – Insights werden dort verfügbar gemacht, wo sie operativ gebraucht werden.

Unser Fazit: Die Session hat gezeigt: Ob Automobilbranche oder Profisport – die Herausforderungen bei der Etablierung einer „Data Culture“ sind ähnlich.

Es geht darum, Daten so aufzubereiten, dass sie die Sprache der Entscheider sprechen und echten Mehrwert bieten.

Ein großes Dankeschön an Marius Johnen für diesen spannenden Einblick in die **Next-Gen Insights & Visibility** des Sports!

Du konntest nicht dabei sein? Die Zusammenfassung und die Key Takeaways findest du ab sofort auf unserer [Homepage](#).

[Jetzt mehr lesen](#)

Termine der Cluster

Cluster Organisation & Prozesse



**Vom Buzzword zur
funktionalen
Organisationseinheit:
COM Tech bei
Covestro
mit Sven Stocker**

[Sven Stocker](#) ist seit Januar 2026 Global Head COM Tech / Communications Intelligence bei Covestro, einem der weltweit führenden Anbieter hochwertiger Polymer-Werkstoffe.

In seinem Impuls gibt er Einblicke in die Entstehung der neu geschaffenen Organisationseinheit und zeigt, wie Covestro die Weichen stellt, um COM Tech nachhaltig in der Kommunikationsorganisation zu verankern.

Wann: Mittwoch, 20. Mai 2026, 17.00 Uhr bis 18.00 Uhr per Teams

Wenn Du teilnehmen möchtest, melde Dich [hier](#) oder über den Button unten direkt an.

[Anmeldung zum Cluster-Meeting](#)

Termine der Interessensgruppen

Data & Insight Experts

- **27. Mai** (17 Uhr): Ann-Cathrin Schaefer, Otto: Comms Analytics bei OTTO

- **24. Juni** (16 Uhr): Marc Jungblut, LMU München: Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung
- **22. Juli** (16 Uhr): Andreas Quest, IMWF: Wertsteigerung durch Reputation

Wenn Du dabei sein möchtest, melde Dich bitte bei florian2.mueller@audi.de oder über den Anmelde-Button.

[Jetzt anmelden](#)

MENSCHEN



Neu in der AG CommTech **Amélie Brübach**

[Amélie Brübach](#) ist Managerin Corporate Communications der Liebherr International AG in Nussbaumen (Schweiz). In ihrer Rolle als CommTech-Verantwortliche der Abteilung sowie als CvD beschäftigt sie sich intensiv mit Newsroom-Strukturen, integrierter Themen- und Maßnahmenplanung sowie mit der Weiterentwicklung digitaler Prozesse und Tools zur Kommunikationssteuerung und Zusammenarbeit.

Welche Herausforderungen siehst Du beim Thema Digitalisierung allgemein und spezifisch für Kommunikationsverantwortliche?

Eine der zentralen Herausforderungen sehe ich im kulturellen Wandel. Denn ein schlechter analoger Prozess wird durch Digitalisierung nicht besser, sondern vielmehr sichtbar. Digitalisierung geht daher fast immer mit Veränderungen von Arbeitsweisen, Rollen und Verantwortlichkeiten einher. Und genau hier entscheidet sich der Erfolg: nur wenn Menschen dort abgeholt werden, wo sie aktuell stehen, kann Veränderung nachhaltig gelingen.

Gleichzeitig braucht es einen klar definierten Scope. Werden zu viele Themen parallel angegangen, drohen Überforderung und Chaos. Fokus, Priorisierung und Klarheit sind daher entscheidende Faktoren. Auch wenn das zunächst sehr logisch klingt, ist es in der Praxis meiner Erfahrung nach alles andere als selbstverständlich.

Warum findest Du es relevant, das Thema CommTech weiter voranzutreiben?

CommTech ist für mich kein Selbstzweck, sondern ein zentraler Hebel für Qualität, Effizienz und Transparenz in der Kommunikation. Es hilft, Komplexität zu beherrschen, Themen gezielter zu steuern und die Zusammenarbeit über Bereiche hinweg zu verbessern.

Gerade in größeren Organisationen schafft CommTech die Grundlage dafür, Kommunikation strategischer und verlässlicher zu gestalten – vorausgesetzt, Vision und Zielbild sind klar definiert und werden auch von oben getragen. Kurz gesagt: Gute CommTech ermöglicht es uns als Kommunikator:innen, uns stärker auf die inhaltlichen und strategischen Aufgaben zu konzentrieren, die wirklich Wirkung entfalten und Spaß bereiten.

Stehen Datenschutz und Medienrecht der Digitalisierung von Kommunikation im Weg?

Datenschutz und Medienrecht stehen der Digitalisierung von Kommunikation aus meiner Sicht nicht grundsätzlich im Weg. Entscheidend ist vielmehr die Haltung auf allen Seiten. Kommunikationsverantwortliche sind mehr denn je gefordert, aktiv mitzugestalten, wie Tools eingesetzt, Themen geplant und Daten genutzt werden. Dafür braucht es Übersetzungsarbeit zwischen Strategie, Fachlichkeit, Technik und Kultur.

Zentral ist dabei ein konstruktives Miteinander mit Bereichen wie IT oder Datenschutz. Es darf kein Gegeneinander geben, sondern ein gemeinsames Verständnis, geprägt von Offenheit für unterschiedliche Anforderungen und Perspektiven. Wird der Dialog frühzeitig gesucht und auf Augenhöhe geführt, lässt sich Konsens erreichen und damit der größtmögliche Nutzen für das Unternehmen.

AUFGELESEN



Communication Management Radar

von Dr. Michelle Wloka und Prof. Dr. Ansgar Zerfaß

Der „Communication Management Radar 2026“ von Dr. Michelle Wloka und Prof. Dr. Ansgar Zerfaß von der Universität Leipzig, veröffentlicht durch die Academic Society for Management & Communication, verdichtet auf Basis von Literaturanalysen und Fokusgruppen mit Kommunikationsverantwortlichen **fünf Entwicklungen, die die Praxis**

strukturieren. Der Report verbindet diese Beobachtungen eng mit konkreten Handlungsansätzen, die mehr als Verschiebung von Arbeitslogiken denn als operative Anleitungen zu verstehen sind.

Auffällig ist, dass die Empfehlungen konsequent auf **Stabilisierung unter unsicheren Bedingungen** zielen. Im Kontext „Simulated Communication“ wird etwa vorgeschlagen, Inhalte stärker auf Auffindbarkeit in KI-Systemen auszurichten und Monitoring neu zu denken – nicht mehr als bloße Aggregation von Daten, sondern als kuratierte Einordnung. Gleichzeitig rückt der **Schutz von Glaubwürdigkeit** als eigenständige Ressource in den Vordergrund. Für den Umgang mit „Constrained AI Agents“ wird eine vorsichtige Integration beschrieben: Systeme sollen entlang klarer Einsatzkontexte bewertet, kontinuierlich überwacht und in bestehende Verantwortungsstrukturen eingebettet werden, statt sie isoliert zu skalieren.

Ein zweiter Schwerpunkt liegt auf internen Fähigkeiten. Angesichts von „Cognitive Drift“ plädiert der Report dafür, **KI als unterstützendes Werkzeug** zu nutzen, ohne zentrale Kompetenzen wie kritisches Denken oder Urteilsfähigkeit zu substituieren. Parallel verschiebt sich mit „Power Flux“ der Fokus auf Beziehungsarbeit: **Einfluss entsteht zunehmend über Vertrauen, Vernetzung und Moderation**, weniger über formale Positionen. Ergänzend setzt „Strategic Subtraction“ auf bewusste Reduktion, etwa durch Priorisierung, das Beenden von Aktivitäten und die Kopplung von Strategie und operativer Arbeit.

[Zum Lesetipp](#)



Building a Communications Teams That is Not Human

ein Experiment der Scriptorium Initiative

Das Whitepaper „Building a Communications Team That Is Not Human“, herausgegeben von der Scriptorium Initiative, dokumentiert ein Experiment zur Frage, **ob sich die internen Dynamiken eines Kommunikationsteams mit agentischer KI nachbilden lassen**. Im Fokus steht dabei die Rekonstruktion jener Entscheidungsprozesse, die Kommunikation prägen, bevor sichtbare Ergebnisse entstehen.

Zentral ist die Verschiebung der Perspektive: Kommunikationsteams werden nicht als bloße Produktionsstätten verstanden; sie bilden **Systeme zur Entscheidungsfindung** unter Unsicherheit. Qualität entsteht demnach aus strukturierter Auseinandersetzung. Unterschiedliche Rollen wie etwa Project Leads, Stakeholder Intelligence oder Communications Strategist bringen gezielt Spannungen ein, die nicht aufgelöst, sondern produktiv gemacht werden. Entscheidend ist also weniger Konsens als **die Art, wie Dissens**

organisiert wird. Zu schnelle Einigung führt zu austauschbaren Ergebnissen, ungefilterte Divergenz zu Inkonsistenz. Leistungsfähige Teams bewegen sich dazwischen, getragen von gemeinsamem Verständnis und klaren Rollen.

Darauf aufbauend identifiziert das Paper eine Leerstelle in aktuellen KI-Architekturen. Neben Aufgaben (was getan wird) und Kontext (was bekannt ist) fehlt häufig eine explizite Intent-Ebene. Sie legt fest, welche Ziele priorisiert werden und wie Zielkonflikte aufzulösen sind. Im Prototyp wird diese Ebene operationalisiert, indem mehrere spezialisierte KI-Rollen miteinander interagieren und Entscheidungen aushandeln. Leitend ist dabei ein übergeordnetes Prinzip: **Kommunikation dient primär dem Aufbau von Vertrauen.** Metriken wie Reichweite oder Effizienz bleiben nachgeordnet. Die Gestaltung von Intent wird so zur zentralen Steuerungsaufgabe in agentischen Systemen.

[Zum Lesetipp](#)

LIVE

Jetzt buchen

CommTech Academy Summer School 2026



The banner features a dark blue background with a network of white lines and dots. At the top left is the 'ARBEITSGEMEINSCHAFT commTECH' logo, and at the top right is the 'commTECH ACADEMY' logo. The central text reads: 'Melitta® CommTech Academy Summer School 2026 communication meets technology'. Below this, it says 'Die Lern- und Anwendungsplattform für den praxisnahen Aufbau digitaler Kompetenzen mit der Verleihung der CommTech Champion Awards Melitta, Minden, 07. und 08. Juli 2026'. At the bottom, there are logos for 'PRESSPAGE', 'YESSPRESS', 'IWWF INSTITUT', 'FACHVERBAND DRUG EXCELLENCE CREATES VALUE', 'DPRG Deutsche Public Relations Gesellschaft e.V.', and 'pressrelations knowledge discovery'.

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** erwartet 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!

[Jetzt anmelden](#)

Einladung zum AG CommTech Members Meetup

Fünf Jahre AG CommTech - und noch viel mehr vor uns!

Am **07. Juli**, dem Vortag der CommTech Academy, laden wir Dich zum **AG CommTech Members Meetup** bei Melitta in Minden ein.

Ab **16:00 Uhr** blicken wir zurück auf das, was unsere Community in den letzten Jahren bewegt hat, hören Deine Perspektive und gestalten gemeinsam, wie die Reise weitergehen soll.

Wenn Du Dich auch für die Summer School anmeldest, kannst Du am 07. Juli auch schon ab **14:30 Uhr** dabei sein. Dann startet ein gemeinsamer Community-Tag mit einer Werksführung bei Melitta.

Ab **18.00 Uhr** folgt auf das Members Meetup die Verleihung der CommTech Champion Awards und

ab **19.30 Uhr** folgt ein informelles Get-Together für alle Teilnehmenden mit Buffet und Drinks. Zeit zum Austausch mit den Personen, die man sonst höchstens in Teams-Meetings trifft!

Falls Du auch zur Summer School kommst, kannst Du Dich über den obenstehenden Registrierungslink gleich für unser Meetup anmelden. Alternativ kannst Du aber auch den folgenden Link nutzen, um Dich ausschließlich für unser Members Meetup zu registrieren.

[Nur zum Meetup anmelden](#)

Auch wenn Du beim Meetup nicht dabei sein kannst, ist es uns wichtig, von Dir zu hören. In 3 bis 5 Minuten kannst Du uns erzählen, **was Dir wichtig ist, woraus Du persönlichen Nutzen ziehst und was wir gemeinsam künftig besser machen können**. Deine Antworten sind natürlich anonym und fließen direkt in die Ergebnisse ein, die wir gemeinsam beim Meetup besprechen werden.

[An der Umfrage teilnehmen](#)

Webinar

Wie Kommunikationsabteilungen aufkommende Krisen mit KI früher erkennen können

Wer früh aufkommende Kommunikationskrisen entdeckt, hat weitaus größere Chancen, sie erfolgreich zu bewältigen. Denn: Früh entdeckte Krisen können möglicherweise noch durch kluge Reaktionen gedeckelt werden. Wenn das nicht gelingt, verlängert sich auf jeden Fall die Vorbereitungszeit auf die Krise, so dass die Krisenreaktion erfolgsträchtiger ist.

Doch wie entdecken Kommunikationsverantwortliche aufziehende Krisen möglichst früh? Dabei hilft KI, die in den abertausenden Signalen aus dem Medienmonitoring frühe Trends bei kritischen Themen erkennt und meldet. Die frühe Krisenerkennung benötigt also keinen großen, zusätzlichen Aufwand – sondern einfach nur ein zusätzliches Werkzeug.

Wie das konkret geht, zeigen wir Dir in einem kostenfreien Webinar der AG CommTech am **20. Mai von 10:00 bis 11:00 Uhr**.

Mit dabei sind:

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

[Jetzt anmelden](#)

Webinar

So stellen Kommunikationsabteilungen ihre Erfolge beim Topmanagement unter Beweis

Seien wir ehrlich: Das Standing der Kommunikationsabteilung beim Topmanagement ist nicht optimal. Das spüren Kommunikatorinnen und Kommunikatoren, wenn es um das Budget geht – und die Kommunikationsabteilung zur reinen Kostenstelle wird.

Wenn die Kommunikation bei wichtigen Entscheidungen in der Chefetage nicht mit am Tisch sitzt – sondern nur nachträglich informiert wird. Wenn Marketing und Vertrieb attestiert wird, echten Mehrwert für das Unternehmen zu liefern – die Kommunikation hingegen unerwähnt bleibt. Das lässt sich ändern! Denn letztlich geht es darum, zu zeigen, dass die Kommunikation einen echten Mehrwert für das Unternehmen liefert. In harten Zahlen. Möglichst in Euro. Managementrelevant.

Wie das mit überschaubarem Aufwand funktioniert, zeigen wir im Webinar der AG CommTech am **24. Juni von 10:00 bis 11:00 Uhr**.

Mit dabei sind:

- Lena Wouters, Körber Group, Head of Brand & Communications Strategy,
- Thomas Mickleit, 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 DPRG/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.

- **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
- **Kommunikations-Controlling III: Analytics Engineering in der Kommunikation** | Patrik Götz | 5. August 2026 | 7. Oktober 2026 | 09:00 – 13:00 Uhr
- **KI-Richtlinie und Ethik** | Christof Schmid | 29. September 2026 | 09:00 – 12:00 Uhr
- **Digital Newsroom** | Thomas Mickleit | 30. September 2026 | 09:00 – 13:00 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
- **KI Agenten entwickeln** | Amar Hekalo | 2. Oktober 2026 | 10:00 – 14:00 Uhr
- **Krisenkommunikation mit KI: Von Früherkennung bis digitale Helfer** | Christian Albrecht | 9. November 2026 | 09:00 – 14:00 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](#)

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.mickleit@agcommtech.de

Klaus Treichel

klaus@treichel-kom.de

Danny Schwarze

Danny.Schwarze@bshg.com

Themencluster Technologie

Richard Tigges

richard.tigges@commtechunit.ai

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

Maike Molling

maike.molling@eon.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

