



Guten Tag!

Hast Du schon einen Plan für den 7./8. Juli? Die CommTech Community trifft sich bei Melitta in Minden zur CommTech Academy Summer School. Im Mittelpunkt stehen praktische Erfahrungen beim Einsatz von KI in der Kommunikation. Das ganze Programm und die Möglichkeit zur Registrierung findest Du [hier](#). Außerdem freuen wir uns über Deine Teilnahme an unserer kurzen anonymen [Umfrage](#): In 3 - 5 Minuten kannst Du uns sagen, welche Themen und Angebote für Dich besonders relevant sind.

In diesem Newsletter beschäftigen wir uns schwerpunktmäßig damit, wie die Kommunikationsabteilung der Zukunft aussehen muss. Reimer Stobbe schreibt darüber wie Stakeholder-Beziehungen datenbasiert gemanagt werden und Sven Stocker spricht im Maschinen-Raum-Interview über Covestros Weg zum KI-basierten „Target Operating Model“. Warum Transformationsprojekte stocken und wie man es vermeidet, berichtet Christina Rettig von Schott im nächsten Cluster JF am 10.06.. Unser nächstes AG CommTech [Webinar](#) am 24.6. beschäftigt sich mit der wichtigen Frage, wie Kommunikationsabteilungen ihre Wirkung erfolgreich nachweisen.

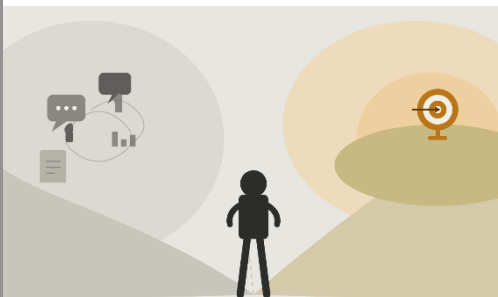
Wie immer haben wir für Dich Lesetipps zu aktuellen Studien rund um KI und Digitalisierung.

Viel Spaß beim Lesen!

Dein Leitungskreis der AG CommTech

Thomas Mickeleit, 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

COMMTECH BLOG



Kommunikation ohne Steuerung wird zur Beschäftigungs-therapie

von Dr. Reimer Stobbe

Kommunikationsabteilungen messen Reichweiten, Klicks und Engagement-Raten bis auf die zweite Nachkommastelle. Und verlieren trotzdem strategisch an Boden. Warum? Weil Datenmenge keine Steuerung ist. [Reimer Stobbe](#) zeigt, weshalb Kommunikations-Controlling weit mehr ist als Reporting, wie KI bestehende Schwächen nicht löst, sondern verstärkt, und warum echte Wirkung immer mit einer einzigen Frage beginnt: Was sollen Stakeholder am Ende anders denken, fühlen oder tun?

Kommunikationsabteilungen produzieren heute mehr Content als jemals zuvor. Sie bespielen unzählige Kanäle, liefern Echtzeit-Reports, messen Reichweiten, Klicks und Engagement-Raten bis auf die zweite Nachkommastelle. Gleichzeitig wächst in vielen Unternehmen die Unsicherheit, welchen strategischen Beitrag Kommunikation

eigentlich noch leistet. Das ist kein Widerspruch. Es ist die Folge eines grundlegenden Missverständnisses.

Viele Kommunikationsorganisationen verwechseln Datensammlung mit Steuerung. Sie produzieren Dashboards statt Wirkung. Dabei lautet die entscheidende Frage nicht, wie viele Kennzahlen vorliegen, sondern ob Kommunikation überhaupt auf klar definierte Ziele einzahlt.

Denn Likes sind noch keine Reputation. Reichweite ist noch keine Wirkung. Und ein erfolgreicher Social-Media-Post ist noch lange kein Beitrag zum Unternehmenserfolg.

[Jetzt lesen](#)

Falls Du bei Reimers letztem Webinar zum Kommunikations-Controlling nicht dabei warst, aber gerne mehr darüber erfahren möchtest, kannst Du dir jetzt noch unsere Aufzeichnung des Webinars anschauen.

[Zur Aufzeichnung](#)

GEFRAGT



Die Ära der Agenten beginnt: Was Kommunikationsverantwortliche jetzt wissen müssen

Interview mit André Pechmann

KI übernimmt bei Microsoft bereits den Großteil operativer Kommunikationsaufgaben. [André Pechmann](#), Director Communications bei Microsoft, erklärt im Interview, wie sein Team KI-Agenten in den Arbeitsalltag integriert hat, wo menschliches Urteilsvermögen unverzichtbar bleibt und warum das neue Berufsbild in der Kommunikation das des „Agent Boss“ ist.

AG Commtech: Welche Agentic-AI-Fähigkeiten stehen in den nächsten 6–18 Monaten bei Microsoft im Fokus?

André Pechmann: Die kommenden Monate sind für den Einsatz von KI und KI-Agenten entscheidend. Es werden immer wieder neue Funktionen veröffentlicht, wie beispielsweise die neuen Copilot Tasks: Microsoft 365 Copilot kann damit verschiedenste Programme auf dem PC selbstständig bedienen, um bestimmte Aufgaben zu festgelegten Uhrzeiten auszuführen. Das ist nur ein Beispiel dafür, dass KI ab jetzt immer autonomer handelt, und das ist der große Trend.

Unternehmen und Organisationen sind daher gefordert, ihre Geschäftsfunktionen systematisch zu analysieren und zu entscheiden, wie KI neuen Mehrwert schaffen kann. Sie sollten sich gezielt zu einem „AI-First Frontier Enterprise“ entwickeln. Wer seine KI-Strategie jetzt vorausschauend plant und konsequent umsetzt, verschafft sich nachhaltige Wettbewerbsvorteile. Ein zentraler Bestandteil dieser Entwicklung sind Agenten, durch die KI sich zu einem autonom agierenden Partner weiterentwickelt. Sie sind in der Lage, eigenständig zu planen, zu koordinieren und – im definierten Rahmen - auch selbst zu handeln.

Besonders wirkungsvoll ist dieser Ansatz, wenn KI tief in die unternehmenseigenen Daten integriert wird. Microsoft 365 Copilot erhält dann beispielsweise Zugriff auf alle Informationen aus dem Microsoft Graph: etwa aus Outlook, Word, PowerPoint, Excel, SharePoint-Dateien oder dem CRM-System. So kann er Zusammenhänge schneller erkennen, Handlungsvorschläge machen oder auch selbstständig Aktionen ausführen, wenn das gewünscht ist. Dabei ist entscheidend: KI-Agenten benötigen klare Regeln und eine eindeutig definierte Governance. Monitoring, Compliance und Sicherheit müssen von Beginn an integraler Bestandteil von Konzeption, Entwicklung und Einsatz der KI-Agenten sein. Kurz gesagt: Security and Compliance by Design.

[Jetzt weiterlesen](#)

MASCHINENRAUM

Position statt PowerPoint

Das neue Diskussionsformat der AG CommTech

GEO-Tracking ist kein Tool-Thema – es ist eine strategische Frage für Steuerbarkeit, Transparenz und Wirkung der Kommunikation. Wer das nicht in den Griff bekommt, wird unsichtbar und gefährdet sogar die Reputation, weil unklare Quellen zu deinem Unternehmen genutzt werden. Stimmt Du zu oder siehst Du das ganz anders?

Genau darum geht es in der ersten Ausgabe unseres neuen Diskussionsformats. Ohne Präsentation. Ohne Frontalimpulse. Dafür mit Raum für klare Thesen, echten Austausch und eine moderierte Diskussion, die auf den Punkt kommt. Alle Teilnehmenden sind Co-Autor:innen, das Ergebnis sind fünf strategische CommTech-Thesen – perfekt für die weitere Diskussion auf LinkedIn oder beim nächsten Netzwerk-Austausch.

- **Wann?** Dienstag, 14. Juli, 14:30 - 15:30 Uhr per Teams

Melde Dich jetzt unter info@agcommtech.de oder über den Button an, um bei der ersten Ausgabe dabei zu sein.

[Jetzt anmelden](#)

Cluster Strategie & Wirkungsmessung

Gemeinsame Initiative von DPRG und AG CommTech: Wirksamkeit bei Stakeholdern im Blick

Der neu gegründete **Arbeitskreis Kommunikationssteuerung** versteht sich als Referenzort für wirksames Kommunikationsmanagement und zielorientierte Kommunikationssteuerung.

Die beiden Leiter Dr. Reimer Stobbe und Dr. Mark-Steffen Buchele, haben etliche Expertinnen und Experten aus Beratung, Wissenschaft und Praxis versammelt, um das Themenfeld Kommunikationssteuerung strategisch, wirksam und messbar weiterzuentwickeln.

Im Mittelpunkt stehen die **Wirkung von Kommunikation, integriertes Stakeholdermanagement sowie die Verankerung von Reputation als strategischem Erfolgsfaktor**. Grundlage ist das etablierte DPRG/ICV-Wirkungsstufenmodell, das an aktuelle Anforderungen angepasst und weiterentwickelt wird. Der Arbeitskreis hat ein Positionspapier erarbeitet, in dem er sich vorstellt, Perspektiven vermittelt und Ziele für die Arbeit definiert: Er will auf zentrale Herausforderungen wie fragmentierte Öffentlichkeiten, Vertrauensverlust, Transformation und steigenden wirtschaftlichen Druck reagieren und Antworten finden. Gleichzeitig werden die Felder Digitalisierung, CommTech und Künstliche Intelligenz für eine datenbasierte und zielgerichtete Steuerung beleuchtet. Und hier setzen die Kolleginnen und Kollegen an: Sie wollen die **Fähigkeiten in der Branche stärken, Wirkung systematisch zu planen, zu messen und zu steuern** – und Erfahrungen damit zu teilen.

Die Arbeit erfolgt kontinuierlich in einem festen Kreis, der sich regelmäßig austauscht und flexibel um weitere Expertinnen und Experten ergänzt wird. Themen werden als Impulse gemeinsam erarbeitet, diskutiert, eingeordnet und weiterentwickelt. Ergebnisse entstehen in Form von Impuls- und Themenpapieren, die veröffentlicht werden und als Grundlage für Austausch, Best Practices und weitere Formate wie Veranstaltungen und Webinare dienen. So entsteht praxisnahes, anschlussfähiges Wissen für die moderne Kommunikationssteuerung - ein Referenzort.

Das **Positionspapier mit dem Titel „Wie auch zukünftig Wirkung erzielen und nachweisen“** steht auf unserer Website zum Download bereit.

[Zum Positionspapier](#)

Erkenntnisse aus dem Cluster Organisation & Prozesse



Viele Kommunikationsabteilungen diskutieren noch über Tools. Dabei verändert KI längst das gesamte Betriebssystem der Kommunikation

Interview mit Sven Stocker

Die meisten Kommunikationsabteilungen haben inzwischen AI-Initiativen, Dashboards und Tool-Verantwortliche. Doch bei [Covestro](#) wurde daraus mehr: eine eigene COMTech-Einheit mitten in der Organisationsstruktur. Warum? Weil Kommunikation aus Sicht von [Sven Stocker](#) künftig nicht mehr primär über Kanäle und Inhalte

gesteuert wird, sondern über Daten, Lernsysteme und intelligente Prozesse. Im Gespräch mit der AG CommTech erklärt der Global Head COM Tech, warum klassische Reorganisationen oft am Kern vorbeigehen, weshalb Daten-Dashboards allein noch keinen Erkenntnisgewinn liefern und warum COM Tech im Idealfall nur ein Katalysator in dieser Transformation ist.

AG CommTech: Sven, Ihr habt bei Covestro eine eigene COMTech-Einheit aufgebaut. Warum dieser Schritt?

Sven Stocker: Weil wir irgendwann gemerkt haben, dass sich Kommunikation viel schneller verändert als unsere Organisationsmodelle. Viele Unternehmen haben heute AI-Initiativen, einzelne CommTech-Rollen oder Tool-Owner. Aber das reicht aus meiner Sicht nicht mehr. Wir wollten kein Tool-Team aufbauen, sondern einen organisatorischen Raum schaffen, der Transformation wirklich treiben kann. Wir haben irgendwann verstanden: COM Tech ist nicht „Digital neben Kommunikation“. Sondern ein Hebel dafür, wie Kommunikation künftig arbeitet, entscheidet und Wirkung erzeugt. COM Tech ist deshalb bei uns Teil der Kommunikationsstruktur geworden. Nicht als Servicefunktion nebenbei, sondern als integrierte Einheit.

[Jetzt weiterlesen](#)

Termine der Cluster

Cluster Organisation & Prozesse



Das Pilot-Paradox: Warum digitale Transformation steckenbleibt – und wie Kommunikation sie wieder wirksam macht

mit Christina Rettig

Digitale Transformation gilt als zentrales Zukunftsthema – und gleichzeitig bleibt ihre Wirkung in vielen Organisationen überraschend begrenzt. Gerade in etablierten Branchen zeigt sich ein Paradox: hohes Commitment, sichtbare Initiativen, aber nur begrenzte strukturelle Veränderung.

Woran liegt das?

In ihrem Impuls stellt [Christina Rettig](#) zentrale Erkenntnisse ihrer Doktorarbeit vor, die sich mit der Pharmaindustrie beschäftigt. Im Fokus steht ein Perspektivwechsel: Digitale Transformation lässt sich nicht allein als Technologie- oder Strategiefrage verstehen, sondern als Mehrebenenproblem. Relevant sind das Branchenumfeld, Organisationen und ihre Verbindungen entlang der Supply Chain sowie Dynamiken innerhalb von Organisationen selbst.

Der Impuls beleuchtet,

- warum digitale Transformation über diese Ebenen hinweg nicht zusammenfindet,
- warum digitale Initiativen dann häufig in Pilotphasen verharren,
- und welche Rolle Kommunikation dabei spielt, dass Transformation über strategische Absicht hinaus wirksam werden kann.

- **Wann?** Mittwoch, 10. Juni 2026, 17:00 bis 18:00 per Teams

Christina Rettig ist seit über 25 Jahren auf strategische Kommunikation für Technologieunternehmen spezialisiert. Als Head of Strategic Marketing & Communications der SCHOTT AG ist sie aktuell damit betraut, die strategische Klammer für die integrierte Marketing- und Kommunikationsabteilung des Unternehmens zu bilden. Dazu gehört auch die Frage, welche Rolle Künstliche Intelligenz künftig einnehmen wird. Als Doktorandin der Universität Antwerpen erforscht sie berufsbegleitend die Technologieakzeptanz in der Pharmaindustrie.

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

[Anmeldung zum Cluster-Meeting](#)

Termine der Interessensgruppen

Data & Insight Experts

- **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](#)

RETHINKING CORPORATE COMMUNICATION: PROVIDING ORIENTATION IN TIMES OF RADICAL UNCERTAINTY

AUTHOR: CHRISTOF EHRHART, LEIPZIG UNIVERSITY

Rethinking Corporate Communication: Providing Orientation in Times of Radical Uncertainty

von Prof. Dr. Christof Ehrhart

Christof Ehrhart, Honorarprofessor an der Universität Leipzig, diskutiert in diesem Beitrag in der *Corporate Communication Review* die Rolle der Unternehmenskommunikation unter Bedingungen radikaler Unsicherheit. Der Beitrag setzt sich mit der Frage auseinander, wie Kommunikation Orientierung geben kann, wenn Unternehmen mit fragmentierten Öffentlichkeiten, politisierten Stakeholder-Erwartungen und technologisch veränderten Kommunikationsräumen umgehen müssen.

Kern des Textes ist die Unterscheidung zwischen einer **strategisch-instrumentellen und einer strategisch-orientierenden Funktion**. Die Rolle der Kommunikation geht über die bloße Umsetzung definierter Botschaften hinaus: Sie liefert einen Beitrag zur Einordnung von Entscheidungen. Ehrhart beschreibt dafür drei Kompetenzen: Validierung durch den Blick auf alle beabsichtigten und unbeabsichtigten Kommunikationswirkungen, Kalibrierung durch das Abgleichen von Managementannahmen mit Stakeholder-Erwartungen und Interpretation durch das Ordnen unvollständiger Signale aus Medien, Öffentlichkeit und Beziehungen. Entscheidend ist dabei die Fähigkeit, **begründete Lagebilder und plausible Zukunftsbilder zu entwickeln**.

Besonders relevant ist die Einordnung von Generativer KI. Der Beitrag sieht algorithmische Systeme als nützlich für Analyse und Produktion, grenzt ihre Leistung aber klar ein: Vergangenheitsdaten helfen nur begrenzt, wenn sich die Zukunft nicht aus der Vergangenheit ableiten lässt. Für Kommunikationsbereiche verschiebt sich damit der Schwerpunkt von reiner Effizienz zu Urteilskraft. Orientierung entsteht dort, wo Daten, Beobachtungen aus Stakeholder-Kontakten und ein belastbares Verständnis öffentlicher Dynamiken zusammengeführt werden.

[Zum Lesetipp](#)



Building a Communications Teams That is Not Human

von Nanne H. C. Bos

Das Whitepaper „Predictive Communications: From [AlphaGo] to Narrative [Intelligence]“ wurde von Nanne H.C. Bos für die Scripatorium Initiative verfasst. Es nutzt AlphaGo, die auf das Brettspiel Go spezialisierte KI von Google, als Ausgangspunkt, um die Frage zu stellen, **was prädiktive KI für Kommunikation, Reputation und narrative Strategie bedeutet**. Der Text grenzt dabei früh ab: KI werden keine hellseherischen Fähigkeiten zugeschrieben. Stattdessen fungiert sie als Werkzeug für Frühwarnung, Szenarien, Narrative Detection und den Umgang mit Desinformation.

Zentral ist die Unterscheidung zwischen strukturierten und offenen Umgebungen. In Spielen, Wettermodellen, Proteinstrukturen oder industriellen Prozessen kann KI Muster erkennen, Zukünfte simulieren und aus Rückmeldungen lernen. Kommunikation folgt anderen Regeln. **Soziale Wirklichkeit ist reflexiv**. Wenn eine Prognose bekannt wird, bedeutet das, dass sie unter Umständen das Verhalten der Beteiligten verändert. Zudem entstehen Reputationsrisiken aus Deutung, Timing, Machtverhältnissen und kulturellem Gedächtnis, nicht allein aus konkreten Ereignissen.

Für Kommunikationsarbeit verschiebt sich damit der Fokus. Der Text beschreibt einen **Übergang von rückblickendem Monitoring zu vorausschauender „Narrative Intelligence“**. Prädiktive KI kann frühe Signale sichtbar machen, mögliche Eskalationen modellieren und Annahmen in der Szenarioplanung prüfen. Zugleich bleibt ihr Nutzen begrenzt, wenn soziale Bedeutung, Legitimität oder Ironie entscheidend sind. Das Whitepaper positioniert KI daher als zusätzliche Intelligenzschicht: Sie erweitert den Blick auf mögliche

Entwicklungen, ersetzt aber nicht das (menschliche) Urteil darüber, was kommunikativ angemessen und wirksam ist.

[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 comm TECH' logo, and at the top right is the 'comm TECH ACADEMY' logo. The central text reads: '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', and 'Melitta, Minden, 07. und 08. Juli 2026'. At the bottom, there are logos for PRESSPAGE, YESSPRESS, IWWF INSTITUT, EXCELLENCE CENTRE WÜLFE, 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](#)

CommTech Champion Awards

Shortlist der CommTech Champions Awards: von diesen Unternehmen können wir lernen

Am **7. Juli** findet die Verleihung der CommTech Champions Awards statt – es ist der Vorabend zur CommTech Academy Summer School, so dass die Anreise zu unserem Gastgeber Melitta in Minden doppelt lohnt. Die Award-Verleihung ist anders als bei anderen Events. Bei uns treten nur sehr wenige Unternehmen auf die Bühne und tragen praxisnah vor, was wir von ihrem Best Practice konkret lernen können. So ist die Preisverleihung eine enorme Bereicherung für das Publikum.

Auf der Shortlist für die CommTech Champions stehen in diesem Jahr:

Organisation & Prozesse:

- Ein neues Operating Model für BSH
- KI-gestütztes Anfragemanagement bei der Deutschen Bahn
- SCHOTT: CommTech als strategisch verankertes MarCOM Operating Model

Technologie:

- Deutsche Telekom vereint Kommunikation und Technologie
- E.ON: Umsetzung einer GEO-Strategie, in der KI als Gatekeeper und Stakeholder adressiert wird
- KfW verbindet Agents mit Institutionswissen
- Digitale Transformation bei der SwissRe

Strategie & Wirkungsmessung:

- amOSRAM nutzt Medienanalyse-Daten für Predictive Intelligence

Mensch & Kultur:

- KI-Transformation als Organisationsentwicklungsprojekt mit wissenschaftlicher Begleitung bei BASF Coatings
- Die KI-Transformationsreise von Merck
- RWE: KI-Transformation nicht mit Technologie starten, sondern mit einer Veränderungsinitiative
- Vossloh: EdChat – eine KI mit Gesicht
- Einführung eines Content-Zusammenarbeitsmodells bei ZEISS

Melde Dich gleich jetzt für die Preisverleihung und für die CommTech Academy Summer School an!

[Zur Anmeldung](#)

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 euch im Webinar der AG CommTech am **24. Juni von 10:00 bis 11:00 Uhr**.

Mit dabei sind:

- Lena Wouters, Körber AG, Head of Brand & Communications Strategy,
- Matthias Mezele, Körber AG, Head of Digital Communications,
- Thomas Mickleit, vormals Kommunikationschef bei Microsoft Deutschland und Pionier in der digitalen Kommunikation,
- Jörg Forthmann, Geschäftsführer des IMWF.

[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.

- **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
- **Interne Kommunikation strategisch steuern: Mit klarer Haltung, sinnvollen Zielen & relevanten Daten zu maximaler Wirkung** | Maike Molling | 18.06.2026 | 09:00 – 12:00
- **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
- **Medienanalyse: Erfolg nachweisen und Kommunikationsarbeit optimieren** | Jörg Forthmann | 10. September 2026 | 5. November 2026 | 10:00 – 16:00 Uhr

- **KI-Richtlinie und Ethik** | Christof Schmid | 29. September 2026 | 09:00 – 12:00 Uhr
- **Digital Newsroom** | Thomas Mickeleit | 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
- **Leads to change: Teams erfolgreich durch den Wandel führen** | Matthias Biebl | 8. Oktober 2026 | 09:00 – 13:00 Uhr
- **Analytics, AI & Attitude: Wie Kommunikation datenbewusst wird** | Antonia Eidner & Ricarda Heim | 9. Oktober 2026 | 4. Dezember 2026 | 09:00 – 13:00 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

Danny Schwarze (Leitung)

danny.schwarze@bshg.com

Christina Rettig

christina.rettig@schott.com

Thomas Mickleit

thomas.mickleit@agcommtech.de

Klaus Treichel

klaus@treichel-kom.de

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

N.N.

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