



Guten Tag,

wo stehen Kommunikationsabteilungen und PR-Agenturen bei ihrer Digitalisierung, der Nutzung von CommTech und KI. Klarheit soll die vierte Runde des CommTech Index Surveys bringen und Deine Perspektive ist gefragt. Es dauert nur 15 Minuten. Mach mit beim [CommTech Index Survey](#). Für Kurzentschlossene gibt es noch Tickets für die CommTech Academy Summer School am 7./8. Juli bei Melitta in Minden. Das ganze Programm und die Möglichkeit zur Registrierung findest Du [hier](#).

In diesem Newsletter schreibt Christina Rettig wie Kommunikationsabteilungen zur Steuerungsinstanz statt Content-Lieferant werden. Lena Wouters und Matthias Mezele von Körber geben Antwort auf die Frage, wie Kommunikation seine Erfolge beim Top-Management wirksam nachweist. Wie immer gibt es relevante Lesetipps und wir machen auch im Sommer weiter mit unseren CommTech-Webinaren. Am 22. Juli beschäftigen wir uns mit dem Thema [„Die Wirkung von Kommunikation wirklich nachweisen – am Beispiel von Daimler Truck“](#)

Wir wünschen Euch einen phantastischen Sommer und Gelegenheit zur Entspannung!

Viel Spaß beim Lesen!

Dein 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



Vom Textlieferanten zum Orchestrator Kommunikation im Zeitalter von KI und FOLA

von Christina Rettig

Kommunikationsabteilungen können mit KI heute Texte, Übersetzungen und Visuals in Minuten erstellen. Und trotzdem geraten sie immer stärker unter Druck. Warum? Weil Geschwindigkeit keine Rolle ersetzt. [Christina Rettig](#), Head of Strategic Marketing & Comms for SCHOTT, zeigt, weshalb generative KI die Kommunikationsfunktion nicht überflüssig macht, sondern ihre eigentliche Aufgabe freilegt: Beratung, Qualität, Wirkung und Orientierung zu sichern. Am Ende geht es darum, besser zu entscheiden, was überhaupt kommuniziert werden sollte.

In vielen Kommunikationsabteilungen ist ein Satz häufiger zu hören als früher: „Das geht doch jetzt schneller.“ Gemeint ist generative KI: Mit ihr entstehen Texte, Übersetzungen und Visuals auf Knopfdruck in Minuten. Das operative Handwerk wird beschleunigt – massiv.

Diese Beschleunigung trifft auf ein Umfeld, das ohnehin immer schwerer zu steuern ist: schneller, dichter, vielschichtiger, unübersichtlicher. Damit wächst nicht nur die Erwartung an Effizienz. Es wächst auch ein anderes Gefühl, das derzeit unter dem Akronym [FOLA](#) diskutiert wird: Fear of Losing Agency – also die Sorge, menschliche Kontroll- und Entscheidungsfähigkeit an automatisierte Systeme zu verlieren.

[Jetzt lesen](#)

GEFRAGT



**Wer dem Top-
Management Klicks
zeigt, verliert. Wer
Wirkung zeigt,
gewinnt.**

Interview mit Lena Wouters und Matthias Mezele

Kommunikationsabteilungen kämpfen vielerorts noch immer um ihren Platz am Managementtisch. Der Grund ist oft nicht mangelnde Leistung, sondern mangelnder Wirkungsnachweis. Wie lässt sich Kommunikation so messen und darstellen, dass das Top-Management aufmerksam wird? [Lena Wouters](#), Head of Brand & Communication Strategy, und [Matthias Mezele](#), Head of Digital Communications bei Körber, zeigen im Gespräch mit der AG CommTech, warum Reichweitzahlen allein nicht mehr ausreichen, weshalb Datenkompetenz heute zur Kernaufgabe von Kommunikatoren gehört und wie ein KI-Assistent hilft, Wirkung sichtbar zu machen und eine Datenkultur im Team zu etablieren. Das Interview folgt unserem Webinar „Wie Kommunikationsabteilungen ihre Erfolge beim Top-Management unter Beweis stellen“. Die Aufzeichnung des Webinars findet Ihr [hier](#).

Außerdem gibt es ein neues Impulspapier "Impulspapier "So stellen Kommunikationsabteilungen ihre Erfolge beim Topmanagement unter Beweis - AG CommTech" zum kostenlosen [Download](#).

AG CommTech: Lena, Matthias, viele Kommunikationsabteilungen berichten regelmäßig Kennzahlen. Trotzdem haben viele das Gefühl, beim Topmanagement nicht wirklich durchzudringen. Warum?

Lena Wouters: Weil Kennzahlen allein noch keine Wirkung belegen. Viele von uns kommen aus einer Tradition, in der Kommunikation vor allem sendet und Reichweiten dokumentiert. Das reicht heute nicht mehr. Die zentrale Frage lautet nicht: Wie viele Menschen haben wir erreicht? Sondern: Was hat sich dadurch verändert? Genau diese Diskussion führen wir inzwischen jeden Tag. Kommunikation wird nicht mehr nur daran gemessen, was sie produziert, sondern welchen Beitrag sie zum Unternehmenserfolg leistet.

[Jetzt weiterlesen](#)

MASCHINENRAUM

CommTech Index Survey geht in die nächste Runde

The banner features a blue background with stylized white and purple silhouettes of people. At the top left, it says 'LAUNCH DES SURVEYS'. In the center, 'COMMTECH INDEX REPORT 2026/2027' is written in large white letters. To the right is a QR code. Below the QR code, it says 'ZUR BEFRAGUNG'. At the bottom, it says 'NIMM JETZT BIS ZUM 31. AUGUST 2026 AN DER BEFRAGUNG TEIL!' and 'MEHR ZUM COMMTECH INDEX: WWW.AGCOMMTECH.DE/COMMTECH-INDEX-REPORT/'.

LAUNCH DES SURVEYS

COMMTECH INDEX REPORT 2026/2027

ZUR BEFRAGUNG

NIMM JETZT BIS ZUM 31. AUGUST 2026 AN DER BEFRAGUNG TEIL!

MEHR ZUM COMMTECH INDEX: WWW.AGCOMMTECH.DE/COMMTECH-INDEX-REPORT/

Der CommTech Index Survey 2026 ist gestartet. Mit der Studie misst die AG CommTech gemeinsam mit DPRG, PRVA und ComlImpact den Stand der Digitalisierung der Unternehmenskommunikation im deutschsprachigen Raum. Beim letzten Durchgang ist der Index um sieben Punkte auf 38 gefallen, der „Red-Queen-Effekt“ zeigt sich deutlich: Die Technologie entwickelt sich schneller, als viele Abteilungen sie umsetzen können.

Jetzt wollen wir von Dir wissen, wo die Branche tatsächlich steht. Den Fragebogen findest Du [hier](#) oder unten über den Button.

- Dauer: ca. 15 Minuten
- Getrennte Tracks für Kommunikationsabteilungen und PR-Agenturen
- Befragungszeitraum: 18. Juni bis 31. August 2026

[Zum Fragebogen](#)

Interessensgruppe CvDs

Neue Leitung der Interessensgruppe



Die Leitung der Interessensgruppe "CvDs/Comms-Operations" hat Lena Hufmann von Nikola Gardeweg übernommen.

[Lena Hufmann](#) ist Senior Communications Consultant mit Fokus auf Innovations- und Performance-Themen bei der Otto Group. Seit Anfang 2025 steuert sie als Chefin vom Dienst die redaktionelle Ausrichtung und orchestriert die strategische Planung sowie die Umsetzung der Kommunikationsmaßnahmen.

Mit ihrer Expertise in digitaler Kommunikation, Media Relations und datenbasiertem Arbeiten treibt sie den Wandel hin zu einer transparenten, wirksamen und zukunftsfähigen Kommunikationskultur voran.

Termine der Interessensgruppen

Data & Insight Experts

- **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](#)

AUFGELESEN



2026 State of the Media Report

herausgegeben von Cision

Der "State of the Media Report 2026" von Cision fasst eine Befragung von rund 1.800 Medienschaffenden aus 19 Märkten zusammen und zeigt, was sie sich von PR-Teams wünschen. Genauigkeit und der Umgang mit Fehlinformationen gelten inzwischen als größte Herausforderung im Journalismus, gefolgt von Ressourcendruck in den Redaktionen. Genau dieser Ressourcenmangel erhöht die Abhängigkeit von PR: **66 Prozent der Befragten greifen für Story-Ideen auf PR-Material zurück.**

Relevanz bleibt der entscheidende Faktor für erfolgreiche Pitches. 79 Prozent achten vor allem darauf, ob ein Pitch zu ihrem Themengebiet passt, während 82 Prozent irrelevante Pitches grundsätzlich ablehnen. Gewünscht werden vor allem Daten und Recherchen, frühzeitiger Zugang über Embargos sowie echte Expertinnen und Experten für Interviews. E-Mail bleibt mit 97 Prozent der klare Favorit für die Kontaktaufnahme, ein einmaliges Nachfassen reicht aus.

Bei generativer KI zeigt sich ein gespaltenes Bild. Medienschaffende nutzen sie selbst zunehmend für Recherche und Brainstorming, **stehen KI-generierten PR-Inhalten aber überwiegend skeptisch gegenüber.** Mehr als die Hälfte lehnt sie ab, vor allem wegen **fehlender Personalisierung.** LinkedIn hat sich außerdem als wichtigste Plattform für die Medienarbeit etabliert.

Für die PR-Praxis heißt das vor allem, auf individuelle Pitches statt Massenverteiler zu setzen und mit den Redaktionen verlässlich und ohne Umwege zu kommunizieren.

[Zum Lesetipp](#)

Reuters Institute Digital News Report 2026



Digital News Report 2026

herausgegeben vom Reuters
Institute

Der Reuters Institute Digital News Report erscheint dieses Jahr zum fünfzehnten Mal und gilt als die umfassendste internationale Studie zur Nachrichtennutzung. Befragt wurden Mediennutzerinnen und -nutzer in 48 Ländern zu ihrem Vertrauen in Nachrichten, ihren bevorzugten Kanälen und ihrem Umgang mit neuen Technologien wie KI-Chatbots.

Global zeigt sich ein klarer Trend: Soziale Medien und Videoplattformen haben die direkte Nutzung von Nachrichtenwebsites und Apps als wichtigsten Online-Zugangsweg abgelöst. Auch KI-Chatbots gewinnen für die Nachrichtenrecherche zunehmend an Bedeutung.

Deutschland entwickelt sich vergleichsweise stabil. ARD und ZDF bleiben die mit Abstand reichweitenstärksten und vertrauenswürdigsten Marken, das Gesamtvertrauen in Nachrichten liegt über dem internationalen Durchschnitt. Strukturell prägen den Markt allerdings tiefgreifende Veränderungen: Ein reformierter Rundfunkstaatsvertrag verlangt von den öffentlich-rechtlichen Sendern erhebliche Einsparungen, während Tageszeitungen weiter an gedruckter Auflage verlieren und gleichzeitig digitale Abonnements wachsen.

Österreich zeigt ein ähnliches Muster. Der ORF bleibt klar führend in Reichweite und Vertrauen, der Markt erlebt aber spürbare Konzentrationsbewegungen im Zeitungssektor und deutliche Sparmaßnahmen in mehreren Redaktionen.

Die Schweiz stand im vergangenen Jahr im Zeichen einer Volksabstimmung über eine drastische Kürzung der Rundfunkgebühr für die SRG SSR, die abgelehnt wurde. Trotzdem bleibt der öffentlich-rechtliche Sender unter finanziellem Druck, mit angekündigten Budget- und Stellenkürzungen für die kommenden Jahre.

Insgesamt zeigt der DACH-Raum im internationalen Vergleich überdurchschnittliches Vertrauen in öffentlich-rechtliche Medien, steht aber vor denselben strukturellen Herausforderungen wie der Rest Europas, nämlich schrumpfenden Werbeerlösen, Stellenabbau und der Frage, wie der wachsende Einfluss von Plattformen und KI-Chatbots auf die journalistische Wertschöpfung beantwortet werden soll.

[Zum Lesetipp](#)

LIVE

Jetzt buchen

CommTech Academy Summer School 2026



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!

[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](#)

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:

- amsOSRAM 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

Die Wirkung von Kommunikation wirklich nachweisen – am Beispiel von Daimler Truck

Wie weisen Kommunikatorinnen und Kommunikatoren ihren Beitrag zum Unternehmenserfolg – wirklich – nach? Nicht mit dem Reporting von Effekten: Reichweite, Share of Voice oder Anzahl von Veröffentlichungen. Diese Kennzahlen zeigen lediglich, dass die Kommunikationsarbeit irgendein Echo hatte. Aber nicht, ob tatsächlich eine Wirkung erzielt wurde.

Wie dieser Wirkungsnachweis gelingen kann, zeigen wir in einem kostenfreien Webinar an einem Best-Practice-Beispiel von Daimler Truck. Das Webinar findet am **22. Juli von 10:00 bis 11:00 Uhr** statt.

Mit dabei sind:

- Dorothee Krabler, Manager Global Communications Daimler Truck AG,
- Thomas Mickleit, vormals Kommunikationschef bei Microsoft Deutschland und Pionier in der digitalen Kommunikation,
- Jörg Forthmann, Geschäftsführer des IMWF.

[Jetzt anmelden](#)

Webinar

Wie Kommunikationsabteilungen ihre KI-Agenten mit klugen Daten füttern

Generische KI liefert nur generische Antworten – und ist damit kaum brauchbar. Deshalb ist es wichtig, KI-Anwendungen mit eigenen, klugen Daten zu füttern, insbesondere wenn KI-Agenten aufgebaut werden. Kommunikationsabteilungen stoßen dabei auf zwei Herausforderungen:

- Es gibt unglaublich viele Daten in unterschiedlichsten Quellen, aber sie sind nicht so zusammengeführt und aufbereitet, dass die KI darauf zugreifen kann.
- Die KI muss mit diesen Datenschätzen verbunden und angelern werden.

Wie Kommunikatorinnen und Kommunikatoren diese Hindernisse leicht überwinden, zeigen wir in diesem kostenfreien Webinar der AG CommTech am **25. August von 10:00 bis 11:00 Uhr**. Mit dabei sind:

- Raoul Schneider, GenAI & Online Communication Manager bei BASF SE
- Thomas Mickleit, vormals Kommunikationschef bei Microsoft Deutschland und Pionier in der digitalen Kommunikation,
- Jörg Forthmann, Geschäftsführer des IMWF.

[Jetzt anmelden](#)

COMMTECH ACADEMY



Webinar

GEO – Generative Engine Optimization

Künstliche Intelligenz verändert grundlegend, wie Informationen entstehen, gefunden und bewertet werden. Während klassische Search Engine Optimization (SEO) auf Google fokussierte, gilt heute: GEO - Generative Engine Optimization ist der neue Standard.

Für Reputations- und Markenprofis wird ein fundiertes Verständnis von GEO damit erfolgsentscheidend. Die zentrale Frage lautet: Welche Inhalte finden generative KIs wie ChatGPT, Gemini, Grok oder Claude über Ihre

Organisation, wie geben sie diese weiter – und wie steuern Sie diese Wahrnehmung aktiv?

Melde Dich jetzt an für das Seminar am **23. Juli von 10:00 bis 11:00 Uhr**.

Mit dabei sind:

- Martin Regnet, Senior Communications Executive
- Christof Schmid, Moderator & Leiter 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 II: Kommunikation strategisch steuern und bewerten** | Dr. Reimer Stobbe | 4. August 2026 | 8. 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
- **Kommunikations-Controlling I: Erfolg steuern, Performance messen und KPI's beherrschen** | Dr. Reimer Stobbe | 6. August 2026 | 10. Dezember 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
- **Performance Communications – Was die Kommunikation von Marketing und Management lernen kann** | Jens Christmann | 23. Oktober 2026 | 10. Dezember 2026 | 08:30 – 12:30 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

Lena Hufmann

lena.Hufmann@ottogroup.com

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