



Guten Tag,

Noch bis zum 31. August läuft der CommTech Index Survey, in dem wir vermessen, wie digital Kommunikationsabteilungen und PR-Agenturen in Deutschland, Österreich und der Schweiz sind. Bitte teile Deine Erfahrungen und Einschätzungen [hier](#). In diesem Newsletter berichtet Lydia Prexl (Unzer) wie sie LLMs ganz praktisch für die Reputationsmessung einsetzt; mit Christina Rettig (SCHOTT) sprechen wir über das „Pilot-Paradox“. In ihrer Dissertation hat sie untersucht, warum so viele Transformationsprojekte scheitern und was man dagegen tun kann. Natürlich haben wir für Euch wieder erkenntnisreiche Lesetipps für die Urlaubszeit und wer noch oder schon wieder im Einsatz ist, ist eingeladen, unsere kostenlosen [Webinare](#) zu besuchen. Es darf nicht der Hinweis auf den CommTech Summit am 26.11. bei Merck in Darmstadt fehlen. Zum Programm und zur Registrierung geht es [hier](#). Genießt den Sommer!

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, Maïke Molling, Danny Schwarze, Dr. Axel Maireder,
Michael Maader, Lena Hufmann

COMMTECH BLOG



**Zwischen Daten und Deutung
Wenn Sprachmodelle zur neuen
Instanz der Unternehmensreputa-
tion werden**

von [Dr. Lydia Prexl](#)

*Reputation entsteht zunehmend durch das, was KI-Systeme über Unternehmen „wissen“. KI-basierte Suchsysteme wie ChatGPT, Perplexity oder Google AI sammeln nicht einfach Informationen, sondern verdichten Meinungen, gewichten Inhalte und beeinflussen so aktiv den öffentlichen Diskurs. Für Kommunikationsverantwortliche heißt das: Die Sichtbarkeit in KI-Modellen zu messen reicht nicht. Entscheidend ist, **wie** ein Unternehmen in KI-Antworten erscheint – in welchem Ton, mit welcher Glaubwürdigkeit und welchen Assoziationen.*

Immer mehr Menschen informieren sich nicht mehr primär über klassische Suchmaschinen, sondern verlassen sich auf die Antworten von KI-Sprachmodellen (LLMs). Diese funktionieren jedoch grundlegend anders als Google & Co.: Sie verlinken nicht auf einzelne Websites, sondern fassen Informationen aus zahlreichen Quellen zusammen, ordnen sie neu ein und liefern eine interpretierte Antwort. Damit ist eine KI-Antwort nicht nur Information, sondern immer auch

Deutung – und genau diese prägt zunehmend die Wahrnehmung von Unternehmen, Marken und Themen.

[Jetzt lesen](#)

GEFRAGT



Das Pilot-Paradox: Alle wollen Veränderung – kaum etwas verändert sich

Interview mit Christina Rettig

Im Jour fixe des AG-CommTech-Clusters Organisation & Prozesse stellte [Christina Rettig](#) Erkenntnisse aus ihrer Dissertation vor. Ihre zentrale Beobachtung: Unternehmen investieren massiv in digitale Initiativen, KI-Piloten und Innovationen – doch nur selten verändern sich Arbeitsweisen und Organisationen dauerhaft. Im Interview erklärt sie, warum digitale Transformation oft im Pilotstatus verharret, welche Rolle Kommunikation dabei spielt und weshalb Kommunikatorinnen und Kommunikatoren künftig stärker als Change-Architekten gefragt sind.

AG CommTech: Christina, Du sprichst vom „Pilot-Paradox“. Was genau steckt dahinter?

Christina Rettig: Das Pilot-Paradox beschreibt einen Widerspruch, den viele Organisationen kennen: Digitale Transformation wird überall gefordert, gefördert und sichtbar gemacht. Gleichzeitig bleibt erstaunlich wenig davon dauerhaft in der Organisation verankert. Es gibt Pilotprojekte, Prototypen und erfolgreiche Einzelinitiativen. Aber wenn man genauer hinschaut, stellt sich die Frage: Was hat sich tatsächlich an Arbeitsweisen und Entscheidungsprozessen verändert? Genau an dieser Stelle wird es oft überraschend dünn.

[Jetzt weiterlesen](#)

MASCHINENRAUM

Neu: Interessensgruppe Mittelstand

CommTech für kleinere Teams und Einzelkämpfer:innen

CommTech-Themen treffen mittelständische Kommunikationsabteilungen oft mit voller Wucht, aber halber Besetzung: Datenanforderungen steigen, KI verändert Reputation und Auffindbarkeit, die Tool-Landschaft wächst, und all das häufig auf den Schultern kleiner Teams oder einzelner Verantwortlicher.

Genau hier setzt die neue Interessensgruppe **Mittelstand** an. Sie bietet einen praxisnahen Austauschraum für Kommunikationsverantwortliche aus mittelständischen Unternehmen: kurze Impulse, kollegialer Austausch auf Augenhöhe, keine Akquise und Sales-Pitches und die gemeinsame Übersetzung komplexer Themen in machbare Schritte; ausdrücklich mit Blick auf mittelständische Budgets und Ressourcen, nicht auf Konzernlösungen.

Mögliche Themen für die nächsten Monate sind:

- Datengestützte Kommunikation:
- Messbarkeit im Alltag: pragmatisch und ohne teure Tools

- KI-Wissensmanagement: eigene Daten für KI-Tools nutzen
- GEO & Reputationsmessung mit KI: Sichtbarkeit in ChatGPT, Claude & Co. und wie man sie misst
- Technologie- & Tool-Auswahl: Was sich wirklich lohnt: Kosten, Komplexität, Einführung

Die konkreten Schwerpunkte priorisiert die Gruppe in der ersten Sitzung selbst.

Geleitet wird die Interessensgruppe Mittelstand von [Michael Maader](#) und [Dr. Lydia Prexl](#), und damit von zwei CommTech-Praktiker:innen, die beide selbst in kleineren Strukturen und Teams gearbeitet und Kommunikation von der Pike auf aufgebaut haben. Genau diese Perspektive prägt den Arbeitskreis: praxisnah und auf die Realität mittelständischer Kommunikation zugeschnitten.

Auftakt ist **Donnerstag, 17. September, 17–18 Uhr**, danach im 4-Wochen-Rhythmus.

Möchtest Du dabei sein? Dann melde Dich gleich bei uns!

[Zu den Interessensgruppen](#)



DPRG

Arbeitskreis

Kommunikationssteuerung



**Governance der Kommunikations-
steuerung**

Warum Daten erst mit Bedeutung steuerbar werden

Wie schaffen Kommunikationsverantwortliche Vertrauen in ihre Daten? Und warum reichen Dashboards allein künftig nicht mehr aus, um Kommunikation wirksam zu steuern? Mit diesen Fragen beschäftigte sich [Patrik Götz](#), Senior Consultant Digital Analytics & BI bei Netzeffekt, im jüngsten Treffen des Arbeitskreises Kommunikationssteuerung der DPRG / AG CommTech am 13. Juli 2026. Grundlage seines Impulses ist ein gemeinsam mit Reimer

Stobbe verfasstes Buch zur Rolle von Semantic Models in der Kommunikationssteuerung ([Link unten](#)).

Ausgangspunkt der Diskussion war eine Beobachtung, die vielen Kommunikationsverantwortlichen vertraut vorkommt: In Management- und Steuerungsrunden wird oft weniger über Entscheidungen gesprochen als über die Frage, ob den zugrunde liegenden Kennzahlen überhaupt zu vertrauen ist. Engagement Rates, Reputationsscores oder Wirkungskennzahlen werden hinterfragt, neu berechnet oder in Excel nachgerechnet. Das eigentliche Problem sei dabei nicht der Mangel an Daten, sondern der Mangel an gemeinsam geteilter Bedeutung.

[Jetzt weiterlesen](#)

Anstehende Termine

Cluster Organisation & Prozesse



KI-ready Prozesse: Das neue Gold der CommTech-Bubble

mit Timo Radzik

Während alle über KI-Tools und Automatisierung sprechen, entscheidet sich der eigentliche Mehrwert an einer weniger glamourösen Stelle: bei den Prozessen. Denn ohne saubere, strukturierte und KI-taugliche Abläufe bleibt jedes noch so smarte Tool ein Versprechen ohne Wirkung. In seinem Impuls zeigt [Timo Radzik](#) von Siemens, warum „KI-ready“ mehr ist als ein technisches Upgrade – und wie KI selbst dabei hilft, gut vorbereitete Prozesse zur wertvollsten Ressource moderner Kommunikationsorganisationen zu machen.

Wann: Mittwoch, 12. August 2026, 17.00 Uhr bis 18.00 Uhr per Teams
Melde Dich gleich [hier](#) oder über den Button an, um dabei zu sein.

[Jetzt anmelden](#)

Data & Insights Experts

- **22. September (15 Uhr)** - N.N., Zeiss: Datengetriebene „One Voice“-Kommunikation: Von Strategie zu messbarem Impact

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

[Jetzt anmelden](#)

MENSCHEN



Neu in der AG CommTech

Theresa Niklas

[Theresa Niklas](#) ist Senior Expert in der Unternehmenskommunikation bei DHL Group. Sie verantwortet unter anderem die Messung und Analyse von Kommunikationswirkung im Innen und Außen, die Weiterentwicklung datenbasierter Kommunikationssteuerung sowie die Erstellung themenfokussierter KPI-Reports für die

Kommunikationsverantwortlichen. Ihr Schwerpunkt liegt auf der Verbindung von Kommunikationsstrategie und Analytics. Darüber hinaus beschäftigt sie sich intensiv mit den Themen Digitalisierung und Künstliche Intelligenz in der Unternehmenskommunikation.

Warum bist du Mitglied in der AG CommTech geworden?

Kommunikation wird zunehmend datengetrieben und technologisch unterstützt. Die AG CommTech bietet für mich die Möglichkeit, mich mit anderen Praktiker:innen über aktuelle Entwicklungen, neue Tools und den Einsatz von KI auszutauschen. Besonders schätze ich den Blick über die eigene Organisation hinaus und die gemeinsame Diskussion darüber, wie Kommunikation künftig noch wirksamer gestaltet werden kann.

Welche Rolle spielt datenbasierte Kommunikation für dich/dein Unternehmen?

Datenbasierte Kommunikation ist für mich die Grundlage, um Kommunikationsmaßnahmen gezielt zu steuern und ihre Wirkung nachvollziehbar zu machen. Ein wesentlicher Teil meiner Arbeit besteht darin, Kommunikations- und Performance-Daten zu analysieren, Zusammenhänge zu erkennen und daraus konkrete Handlungsempfehlungen abzuleiten. So können Entscheidungen fundierter getroffen und Kommunikationsaktivitäten kontinuierlich weiterentwickelt werden.

Was denkst du: Welche Chancen bietet der Einsatz von KI für das Kommunikationsmanagement?

KI bietet enormes Potenzial, Kommunikationsverantwortliche bei Analyse, Content-Erstellung und Wissensmanagement zu unterstützen. Besonders spannend finde ich die Möglichkeit, große Datenmengen schneller auszuwerten, relevante Erkenntnisse zu identifizieren und zielgerichtete Empfehlungen abzuleiten. Gleichzeitig eröffnet KI neue Wege für personalisierte Kommunikation und schafft Freiräume für strategische und kreative Aufgaben.



Global Corporate Affairs Survey 2026

**von der Saïd Business School
der University of Oxford und
GlobeScan**

Zum siebten Mal haben die Saïd Business School der University of Oxford und das Beratungsunternehmen GlobeScan Kommunikations- und Corporate-Affairs-Verantwortliche weltweit befragt. Für die Ausgabe 2026 gaben 294 Fachleute aus 51 Ländern zwischen dem 4. Februar und dem 27. März Auskunft. Die Befragung nimmt jährlich in den Blick, welche Risiken und Chancen

Unternehmenskommunikatoren für die kommenden zwei Jahre sehen, wie sich Prioritäten in den drei ESG-Säulen Umwelt, Soziales und Unternehmensführung verschieben und wie die Corporate-Affairs-Funktion selbst aufgestellt ist.

Wie überall weltweit stehen geopolitische Risiken auch in Europa an erster Stelle, gefolgt von Risiken rund um KI und Technologie, die global von 17 auf 44 Prozent springen. Eine europäische Besonderheit ist der Blick auf die Regulierung: 17 Prozent der Befragten in Europa nennen regulatorischen Druck als eines der größten Risiken, deutlich mehr als in anderen Regionen. Bei den Chancen führt auch hier Innovation, Digitalisierung und KI mit 73 Prozent. Anders als in den meisten Regionen folgt in Europa auf Platz zwei allerdings Stakeholder-Engagement und Vertrauensaufbau, und das Thema Qualifizierung und Talentgewinnung spielt zusammen mit Südamerika die größte Rolle.

Auffällig ist der Umgang mit Unternehmenszweck und Haltung. Nur 24 Prozent der europäischen Befragten berichten von mehr Purpose-Diskussionen in der Geschäftsleitung, der niedrigste Wert aller Regionen. Gleichzeitig sind europäische Fachleute beim Blick auf die eigene Disziplin besonders selbstkritisch. Diese Kritik reicht bis hin zu

Forderungen nach einer radikalen Neuausrichtung der eigenen Funktion.

[Zum Lesetipp](#)



The Value of AI

**herausgegeben von SAP und
Oxford Economics**

SAP hat gemeinsam mit Oxford Economics zum zweiten Mal untersucht, welchen Wert Unternehmen tatsächlich aus KI ziehen. Befragt wurden 2.600 Führungskräfte aus 13 Ländern, darunter auch Deutschland. Die Ergebnisse zeigen ein Feld im Umbruch. 30 Prozent der Aufgaben in Unternehmen werden heute von KI unterstützt, in zwei Jahren sollen es 48 Prozent sein. Der erwartete ROI klettert von 16 auf 21 Prozent, deutsche Unternehmen liegen mit 24 Prozent sogar noch über dem Schnitt.

Gleichzeitig hakt es aber weiterhin an den Grundlagen. Nur 62 Prozent der Unternehmen halten ihre Daten für KI-tauglich, ein Rückgang gegenüber dem Vorjahr. 73 Prozent nennen Datenqualität als größte Hürde für mehr Wertschöpfung. Und beim Thema Governance sehen sich lediglich 12 Prozent gut aufgestellt, während 69 Prozent der Beschäftigten regelmäßig oder gelegentlich nicht freigegebene KI-Tools nutzen.

Als größte Sorge im Umgang mit KI nennen die Befragten ungleich verteilte KI-Kompetenz in der Belegschaft, gefolgt von nachlassender Urteils- und Entscheidungsfähigkeit. Neben den technologischen Fortschritten bleiben (Weiter)-Qualifikation und klare Regeln mindestens gleichermaßen bedeutsam.

[Zum Lesetipp](#)

LIVE

Jetzt buchen

CommTech Summit 2026



The banner features a dark blue background with a network of white dots and lines. On the left is the 'ARBEITSGEMEINSCHAFT commTECH' logo. In the center is the 'MERCK' logo above the text 'CommTech Summit 2026' and 'communication meets technology'. On the right is the 'DPRG Deutsche Public Relations Gesellschaft e.V.' logo. Below the main title, it says 'Die Lern- und Anwendungsplattform für den praxisnahen Aufbau digitaler Kompetenzen'. The date 'am 26. November 2026' and location 'bei Merck in Darmstadt' are prominently displayed. A small white box with a red paperclip icon on the right contains the text: 'Noch bis zum 15.08. den Early Bird-Rabatt nutzen!'.



RYZE DIGITAL
AITASTIC



Am **26. November 2026** treffen sich bei Merck in Darmstadt wieder Gleichgesinnte aus Unternehmenskommunikation und Agenturen, die sich nicht nur für Digitalisierung interessieren, sondern sie aktiv voranbringen wollen.

Am meisten lernen wir von denen, die Digitalisierung bereits erfolgreich umsetzen. Deshalb erwarten Dich im Programm spannende Stimmen wie **Axel Löber** (Merck), **Prof. Dr. Dr. Oliver Hoffmann** (Theta Venture), **Dr. Michael Preuss** (Bayer) und viele weitere, die Einblicke in Best Practices geben.

Außerdem erfährst Du bei der Präsentation des aktuellen [CommTech Index Reports](#), wie weit die Kommunikation schon auf dem Weg der Digitalisierung steht. Bis zum 31. August kannst Du selbst noch [an der aktuellen Befragung teilnehmen](#).

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

Wir freuen uns auf Dich!

[Jetzt anmelden](#)

Webinar

Predictive Intelligence für die Kommunikation: Heute wissen wie Kommunikationsmaßnahmen morgen wirken

Mit Predictive Intelligence können Kommunikationsverantwortliche heute prüfen, wie ihre Kommunikationsmaßnahmen in der Zukunft wirken – und sie entsprechend optimieren. Predictive Intelligence ist damit die derzeit höchste verfügbare Form der künstlichen Intelligenz und außerordentlich spannend für Kommunikationsabteilungen. Und sie ist keine Zukunftsmusik mehr. In einem sehr erfolgreichen Forschungsprojekt wurde eine Predictive Communication Intelligence entwickelt, die heute direkt verfügbar ist.

Was mit Predictive Intelligence heute in Kommunikationsabteilungen möglich ist, zeigen wir in einem kostenfreien Webinar der AG CommTech am **12. August von 10:00 bis 11:00 Uhr**.

Mit dabei sind:

- Uwe Seebacher, predictores.ai,
- Thomas Mickleit, vormalis 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:

1. Es gibt unglaublich viele Daten in unterschiedlichsten Quellen, aber sie sind nicht so zusammengeführt und aufbereitet, dass die KI darauf zugreifen kann.
2. Die KI muss mit diesen Datenschätzen verbunden und angelernt 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](#)



Webinar

Agentic AI in der Unternehmenskommunikation

Generative KI unterstützt einzelne Aufgaben. Agentic AI geht weiter: KI-Agenten übernehmen Prozesse, bereiten Entscheidungen vor und koordinieren weitgehend eigenständig ganze Workflows.

Für die Kommunikationsfunktion bedeutet das einen enormen Sprung bei Tempo, Skalierung und Qualität.

Das Webinar der CommTech Academy zeigt welche Voraussetzungen Kommunikator:innen jetzt schaffen sollten, wie sie den ersten Agentic AI Piloten erfolgreich starten und vor allem, wie ein sinnvoller Agentic AI Use Case in der Unternehmenskommunikation konkret aussieht.

Dabei geht es vor allem auch darum, wie Agentic AI als ganzheitliches System in der Unternehmenskommunikation geplant und bewertet wird.

Melde Dich jetzt an für das Webinar **am 16. September 2026 von 10:00 bis 11:00 Uhr**. Mit dabei sind:

- Martin Regnet, Senior-Experte und Stratege für digitale Unternehmens- und Finanzkommunikation
- Christof Schmid, Gründer Hi Story Consultung und Leiter CommTech Academy.

[Jetzt anmelden](#)

Webinar

Krisenkommunikation mit KI: Früher erkennen, schneller reagieren

Künstliche Intelligenz kann Kommunikationsverantwortliche dabei unterstützen, kritische Themen frühzeitig zu erkennen, Informationen schneller zu bewerten und Maßnahmen gezielt zu priorisieren. In diesem kostenlosen Webinar erhalten Sie einen kompakten Einblick in die Einsatzmöglichkeiten von KI – vom intelligenten Monitoring bis zu digitalen Helfern im Krisenfall.

Praxisnahe Beispiele zeigen, wo KI echten Mehrwert bietet und welche Grenzen, Risiken und Verantwortungsfragen berücksichtigt werden müssen. Das Webinar gibt einen Vorgeschmack auf die vertiefende Schulung „**Krisenkommunikation mit KI – Von Früherkennung bis digitale Helfer**“, in der Tools, Anwendungen und Trainingsansätze ausführlich behandelt werden.

Melde Dich jetzt an für das Webinar am **8. Oktober von 11:00 bis 12:00 Uhr**. Mit dabei ist:

- Christian Albrecht, Leiter Unternehmenskommunikation, Albrecht Dürer Airport Nürnberg

[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 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
- **Kommunikations-Controlling III: Analytics Engineering in der Kommunikation** | Patrik Götz | 7. Oktober 2026 | 09:00 – 13:00 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
- **Kommunikations-Controlling II: Kommunikation strategisch steuern und bewerten** | Dr. Reimer Stobbe | 8. Dezember 2026 | 09:00 – 13:00 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

Interessensgruppe Mittelstand

Lydia Prexl

lydia.prexl@unzer.com

Michael Maader

mm@michaelmaader.de

[LinkedIn-Gruppe AG CommTech](#)

Medienpartner



Förderer



Faktenkontor Group
EXCELLENCE
CREATES VALUE



pressrelations
knowledge discovery

YESSPRESS®

netzeffekt



PRESSPAGE

SCHOTT

movingimage

SCHAEFFLER
