



Guten Tag,

der brandneue und einzigartige [CommTech Maturity Check](#) ist seit gestern online. Finde heraus, wo Du stehst und erhalte einen ausführlichen Report mit konkreten Handlungsempfehlungen für die Digitalisierung Deiner Kommunikationsabteilung. Jetzt kostenlos und sofort in Deine Inbox. Mehr dazu in diesem Newsletter.

Prof. Dr. Uwe Seebacher schreibt in seinem Blogbeitrag über die Möglichkeiten von Predictive Intelligence: Was wäre, wenn wir mögliche Reaktionen auf eine Botschaft untersuchen könnten, bevor wir sie tatsächlich veröffentlichen? Mit Dorothee Krabler von Daimler Truck sprechen wir darüber, wie Kommunikationsabteilungen ihre Wirkung sichtbar machen und sich damit aus der Defensive lösen, nur als Kostenfaktor verstanden zu werden. Die neu gebildete Interessensgruppe Mittelstand trifft sich am 17.9. zu ihrem Auftaktmeeting und freut sich, wenn auch Du dabei bist. Am 26.11. trifft sich die CommTech Community zum Summit bei Merck in Darmstadt. Sehen wir uns dort? [Hier](#) geht es zum Programm und Registrierung.

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, Michael Maader, Lena Hufmann



Kommunikation braucht nicht mehr Daten.

Sie braucht bessere Entscheidungen.

von Prof. Dr. Uwe Seebacher

[LinkedIn](#)

Die meisten Analyseinstrumente in der Kommunikation erklären, was bereits geschehen ist. Uwe Seebacher zeigt, wie Predictive Communication Intelligence stattdessen Entscheidungen vorbereitet, indem sie mögliche Wirkungen einer Botschaft sichtbar macht, bevor sie veröffentlicht wird.

Kommunikationsabteilungen verfügen heute über mehr Daten als je zuvor. Sie messen Reichweiten, Interaktionen und Tonalitäten, beobachten Social Media und verdichten Erkenntnisse in Dashboards. Trotzdem bleibt ein grundsätzliches Problem: Die meisten Instrumente erklären, was bereits passiert ist. Wir perfektionieren den Blick in den Rückspiegel.

Für strategische Kommunikation ist eine andere Frage entscheidend: Was sollten wir als Nächstes tun?

[Jetzt weiterlesen](#)

GEFRAGT



Den Wertbeitrag von Kommunikation sichtbar machen

Interview mit Dorothee Krabler, Head of Digital Communications and Data Intelligence, Daimler Truck AG

[LinkedIn](#)

Klicks, Reichweite und Impressionen sind schnell berichtet – doch überzeugen sie auch das Management? Wie lässt sich nachvollziehen, ob die richtigen Zielgruppen erreicht werden, die Kernbotschaften ankommen und Kommunikationsmaßnahmen tatsächlich auf die Unternehmensziele einzahlen? Im Webinar „Kommunikationserfolge effektiv nachweisen – am Beispiel von Daimler Truck“ zeigt Dorothee Krabler, wie sich Kommunikationssteuerung konsequenter ausrichten lässt und warum der entscheidende Schritt nicht in mehr Daten, sondern in den richtigen Kennzahlen liegt. [Hier](#) geht es zur Aufzeichnung des Webinars.

AG CommTech: Dorothee, Kommunikationsabteilungen verfügen heute über mehr Daten als je zuvor. Warum ist es trotzdem herausfordernd, den eigenen Beitrag zum Unternehmenserfolg nachzuweisen und Kommunikation konsistent zu messen?

Dorothee Krabler: Weil viele dieser Daten lediglich zeigen, was wir getan haben, aber nicht, welche Wirkung wir erzielt haben. Wir messen Impressionen, Reichweiten, Klicks oder Downloads und können sehr genau sagen, wie unsere Kanäle performen. Was diese Zahlen aber häufig nicht beantworten, ist die entscheidende Frage: Haben wir mit unserer Kommunikation tatsächlich unsere strategischen Ziele unterstützt? Haben wir unsere Kernbotschaften verankert? Hat sich die Wahrnehmung unseres Unternehmens verändert? Genau dort beginnt der Unterschied zwischen Output und Outcome und letztlich dem tatsächlichen Impact.

[Jetzt weiterlesen](#)

MASCHINENRAUM

CommTech Maturity Check

**Wissen, wo du stehst –
und wissen, wohin du gehst.**

für Kommunikationsabteilungen



- 36 Fragen · 15 Minuten · Kostenlos**
- 4 Dimensionen:** Strategie & Wirkungsmessung, Organisation & Prozesse, Technologie, Mensch & Kultur
- 5 Reifegrade** – von Initial bis Optimierend
- KI-generierter PDF-Report mit individuellen Handlungsempfehlungen
- Sofortiges Ergebnis nach Abschluss



WARUM MITMACHEN?

- ORIENTIERUNG**
Erstmals ein Branchenstandard: Wie digital ist Deine Kommunikationsabteilung wirklich? Vergleich mit Wettbewerbern & Branchendurchschnitt.
- KONKRETER NUTZEN**
Du erhältst sofort umsetzbare, individuell entwickelte Empfehlungen. Ableitung konkreter Maßnahmen und Budgetargumente.
- VERTRAUEN**
Entwickelt von Praktikern für Praktiker – kein generischer Content. AG CommTech als kompetenter, unabhängiger Absender.
- NIEDRIGSCHWELIG**
15 Minuten Online-Befragung mit geringem Aufwand und sofort verfügbaren Ergebnissen.

- JETZT COMMTECH MATURITY CHECK STARTEN!**
15 Minuten, die den Unterschied machen.
agcommtech.de/maturitycheck
- Sofort deinen individuellen KI-Report erhalten.**
- Dein Kompass für eine wirksame Kommunikationsabteilung.**

Für Kommunikationsprofil aus großen Organisationen, Mittelstand sowie Agenturen & Beratern.

Gemeinsam die Zukunft der Kommunikation gestalten.

AG CommTech – Die Stimme der Kommunikation im digitalen Wandel.

UMSETZUNGSPARTNER RLVNT.AI

Du führst ein Kommunikationsteam und willst wissen, wo Ihr im Vergleich zu einem definierten Idealmodell steht? Der kostenlose CommTech Maturity Check ordnet Dich in rund 15 Minuten einer von fünf Reifegradstufen zu und

liefert Dir im Anschluss einen ausführlichen Report mit individuellen Handlungsempfehlungen für Deine nächsten Schritte.

[Mach jetzt den Check!](#)

Session-Recap Data & Insights Experts

Insights im digitalen Rauschen



Wenn wir messen, was wir gar nicht messen wollen

aus der Session vom 24. Juni mit Dr. Marc Jungblut (LMU München, IfKW)

Wie viel von dem, was Dein Dashboard zeigt, hält einer methodischen Prüfung stand? In unserer Juni-Session hat Dr. Marc Jungblut (LMU München) genau das durchgespielt, von der Posting-Wahrscheinlichkeit über die Grenzen der Sentiment-Analyse bis zum Blindflug im Zeitalter von GAIO. Eine Session mit weniger fertigen Antworten und deutlich besseren Fragen.

[Jetzt lesen](#)

Session-Recap Data & Insights Experts

Was ist Reputation wert?



Wie das IMWF das Immaterielle in Euro und Cent übersetzt

aus der Session vom 22. Juli mit Andreas Quest, Managing Director beim IMWF

„Reputation ist unbezahlbar“ – ein schöner Satz, aber in der Realität der Unternehmenssteuerung zählen messbare Werte. In unserer Juli-Session ging Andreas Quest genau dieser Spannung nach: Lässt sich das Immaterielle in Euro und Cent ausdrücken? Seine Antwort ist ein klares Ja – mit einer Methodik, die Kommunikation vom vermuteten Kostentreiber zum nachweisbaren Werttreiber macht.

[Jetzt lesen](#)

SEP Auftaktsitzung Interessensgruppe Mittelstand

17 17:00 - 18:00 Uhr · Teams

Die neue Interessensgruppe Mittelstand startet am Donnerstag, 17. September, von 17 bis 18 Uhr mit ihrem Auftakttreffen für Kommunikationsverantwortliche aus kleineren Teams und trifft sich danach im Vier-Wochen-Rhythmus.

[Direkt anmelden](#)

SEP 22 Datengetriebene „One Voice“-Kommunikation: Von Strategie zu messbarem Impact

15:00 Uhr · Teams · mit N.N., Zeiss

Wenn Du dabei sein möchtest, melde Dich bitte direkt bei florian2.mueller@audi.de.

AUFGELESEN

Can AI Create Beyond the Median?

von Nanne H. C. Bos

herausgegeben von der Scriptorium Initiative

Das Whitepaper „Can AI Create Beyond the Median?“ von Nanne H. C. Bos, veröffentlicht im August 2026 von der Scriptorium Initiative, untersucht, wie generative KI kreative Arbeit in Branding und Kommunikation verändert. Ausgangspunkt ist die Unterscheidung zwischen Generation und Kreation: KI kann in Sekunden plausible Texte, Bilder oder Kampagnenideen erzeugen, doch Bedeutung entsteht erst durch Auswahl, Kontext und Verantwortung.

Eine zentrale These lautet, dass KI vor allem **den „kreativen Boden“ anhebt**, indem sie professionelle Ausdrucksweisen zugänglicher macht. Zugleich zieht sie aber zum Median hin, also zur kulturellen Mitte, aus der Modelle ihre Vorschläge speisen. Wenn viele Akteure ähnliche Systeme nutzen, werden Ergebnisse kompetenter, aber gleichzeitig austauschbarer. Originalität entsteht deshalb nicht allein durch Abweichung vom statistisch Wahrscheinlichen, denn Modelle beherrschen auch die Konventionen des Unkonventionellen. Entscheidend ist, dass jemand aus hundert Vorschlägen den einen auswählt, der etwas Neues zeigt, und die restlichen verwirft.

Wer auswählt, übernimmt damit Verantwortung für das Ergebnis. Bos zeigt das am Umgang mit emotionalen Codes. Marken arbeiten mit Zugehörigkeit, Fürsorge oder gesellschaftlichem Zweck, und KI reproduziert diese Sprache mühelos. Zu prüfen, ob die Organisation dahinter etwas erlebt, gewählt oder riskiert hat, bleibt Aufgabe der Kommunikation. Ohne diese Verbindung simuliert eine Marke Überzeugung, die sie nicht hat.

[Zum Lesetipp](#)

Kommunikation in der digitalen Transformation

von N. Rosenberger Staub, M. Niederhäuser & K. Krämer

herausgegeben vom Departement Angewandte Linguistik der ZHAW

Wie verändern Generative KI und digitale Technologien die Arbeit in Kommunikationsabteilungen? Dieser Frage widmet sich die Trendstudie „Kommunikation in der digitalen Transformation“, die seit 2018 im Zweijahrestakt erscheint. Die Ausgabe 2026 von Rosenberger et al. basiert auf einer Befragung von 115 CCOs in der Deutschschweiz sowie zehn vertiefenden Experten-Interviews.

Technologisch ist die Frage entschieden. 99 Prozent der Abteilungen nutzen Generative KI, die vom Experimentierobjekt zur Infrastruktur der täglichen Arbeit geworden ist und inzwischen Aufgaben erfasst, die lange als nicht automatisierbar galten. Der selbst eingeschätzte digitale Reifegrad erreicht einen Höchststand, nachdem ihn viele CCOs 2024 unter dem Eindruck des KI-Schocks nach unten korrigiert hatten.

Organisatorisch bleibt dagegen noch vieles unentschieden. Der Newsroom ist weiterhin relevant, dominiert aber nicht mehr; die Mehrheit arbeitet in Mischformen aus formalen Strukturen und agilen Rollen. Rund 40 Prozent der Abteilungen haben sich in zwei Jahren strukturell verändert, zunehmend getrieben von Kostendruck. Wo Produktion automatisierbar wird, verlagert sich der Wert der Kommunikationsfunktion auf Urteilsvermögen und strategische Beratung.

Daraus ergibt sich die Aufgabe, die die Autor:innen für die kommenden Jahre sehen. Die operative Entlastung durch KI muss in eine sichtbar gestärkte strategische Rolle übersetzt werden, bevor Automatisierung zum Argument für Ressourcenabbau wird.

[Zum Lesetipp](#)

LIVE

Einladung zum Regionaltreffen der AG CommTech

in Hamburg bei Fielmann

Auf vielfachen Wunsch organisiert die AG CommTech das nächste Regionaltreffen in Hamburg! Wir sind zu Gast **bei Fielmann**, um uns persönlich über unsere Erfahrungen in der Digitalisierung der Kommunikation auszutauschen. Herzlichen Dank an unseren Gastgeber, Fielmann!

Das Fielmann-Team gibt uns bei dieser Gelegenheit einen Einblick in ihre Arbeit. Freu Dich auf den spannenden Vortrag zum Thema:

ONE für alle? Wie Fielmann globale Kommunikation neu denkt

Eine Kommunikationsplattform für 24.000 Mitarbeitende klingt zunächst nach einem IT-Projekt. Doch was bedeutet „global“, wenn unterschiedliche Kulturen, Länder, Marken, Zielgruppen und Kommunikationsbedürfnisse aufeinandertreffen? Fielmann berichtet aus dem laufenden Rollout von ONE und zeigt, warum Technologie nur ein Teil der Lösung ist – und welche Rolle Governance, lokale Relevanz und ein gemeinsames Zielbild spielen.

- **Wann?** Am 15. Oktober ab 17:00 Uhr
- **Wo?** In der Fuhlsbüttler Str. 399, 22309 Hamburg

Wenn Du dabei sein möchtest, gib uns einfach eine kurze Rückmeldung über info@agcommtech.de.

Wichtig: Eine Mitgliedschaft in der AG CommTech ist keine Voraussetzung, um am Regionaltreffen teilzunehmen.



The banner features a dark blue background with a network of white lines and dots. At the top left is the 'commTECH' logo with 'ARBEITSGEMEINSCHAFT' above it. In the center is the 'MERCK' logo. To the right is the 'DPRG Deutsche Public Relations Gesellschaft e.V.' logo. The main text reads 'CommTech Summit 2026' with the tagline 'communication meets technology' below it. Further down, 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.



CommTech Summit 2026

26. November 2026 · Merck, Darmstadt

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 13. September 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

OKT **Nicht Effekte messen – sondern die echte Wirkung** **06** **der Kommunikation für das Unternehmen**

10:00 - 11:00 Uhr

mit Dr. Isabel Victoria, Head of Corporate Brand bei Covestro,
Thomas Mickeleit, vormals Kommunikationschef bei Microsoft Deutschland und
Pionier in der digitalen Kommunikation und
Jörg Forthmann, Geschäftsführer des IMWF.

Reichweite und Share of Voice allein reichen nicht mehr, entscheidend ist die nachweisbare Wirkung von Kommunikation auf Umsatz und Unternehmenswert. Covestro zeigt im kostenlosen Webinar am 6. Oktober, wie sich dieser Wertbeitrag mit KI messen lässt.

[Jetzt anmelden](#)

COMMTECH ACADEMY



Webinare

SEP **Agentic AI in der Unternehmenskommunikation** **16** 10:00 - 11:00 Uhr • Teams

mit Martin Regnet, Senior-Experte und Stratege für digitale Unternehmens- und Finanzkommunikation, und
Christof Schmid, Leiter CommTech Academy

Agentic AI lässt KI-Agenten ganze Workflows eigenständig steuern und bringt der Kommunikationsfunktion einen enormen Sprung bei Tempo

und Qualität. Das Webinar der CommTech Academy zeigt, wie ein erster Agentic AI Pilot in der Unternehmenskommunikation gelingt.

[Jetzt anmelden](#)

OKT **08** Krisenkommunikation mit KI: Früher erkennen, schneller reagieren

11:00 - 12:00 Uhr • Teams

mit Christian Albrecht, Leiter Unternehmenskommunikation, Albrecht Dürer Airport Nürnberg

KI kann Kommunikationsverantwortliche dabei unterstützen, kritische Themen früh zu erkennen und Maßnahmen gezielt zu priorisieren, vom intelligenten Monitoring bis zu digitalen Helfern im Krisenfall. Das kostenlose Webinar gibt praxisnahe Beispiele und einen Vorgeschmack auf die vertiefende Schulung „Krisenkommunikation mit KI“.

[Jetzt anmelden](#)

Aktuelles Angebot der CommTech Academy

- **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 Mickleit | 30. September 2026 | 09:00 – 13:00 Uhr
- **ChatGPT & MS Copilot boosten** | Christof Schmid | 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
- **Kommunikations-Controlling I: Erfolg steuern, Performance messen und KPI's beherrschen** | Dr. Reimer Stobbe | 10. Dezember 2026 | 09:00 – 13:00 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

Maïke 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

Maïke 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