



**AKADEMISCHE GESELLSCHAFT**  
FÜR UNTERNEHMENSFÜHRUNG & KOMMUNIKATION

# Corporate Advisory Board Meeting der Akademischen Gesellschaft

14. Mai 2024, 17:00 – 18:00 Uhr

Protokoll von Karen Berger

# Teilnehmerinnen & Teilnehmer

- Andreas Bartels, Lufthansa Group
- Karen Berger, AGUK
- Jacqueline Casini, MediaMarktSaturn
- Vincent Charles, Continental
- Christian Engel, Fraport
- Gabi Hässig, P&G
- Miriam Liebelt-Henn, Sanofi
- Bernd Hops, ams OSRAM
- Christoph Horn, ZF
- Lea Knabben, AGUK
- Jan Müller, Swiss Re
- Jörg Nitschke, ZEISS
- Michael Preuss, Bayer
- Bernd Pütter, Hochtief
- Kai Rolker, Clariant
- Anke Schmidt, Beiersdorf
- Nina Schwab-Hautzinger, BASF
- Ines Schurin, Rewe Group
- Susanne Straetmans, Pfizer
- Markus Talanow, Dussmann Group
- Thomas Voigt, Otto Group
- Sebastian Wachtarz, AbbVie
- Andre Wetzig, VNG

# Agenda

**Folien 4-9**

**Aktuelles** aus der Akademischen Gesellschaft

**Folien 10-17**

**Wissenstransfer:** Neue Strategie und Angebote

**Folien 18-23**

Nachbesetzung der Praxisvertreter/innen im **Executive Board**

**Folien 24-29**

Update zur **Forschung**, weitere Themen



**AKADEMISCHE GESELLSCHAFT**  
FÜR UNTERNEHMENSFÜHRUNG & KOMMUNIKATION

# Update zur Akademischen Gesellschaft

# Neue Partnerunternehmen seit Jan 2024



Andreas Bartels



**Lufthansa**



Jaqueline Casini

**MediaMarktSaturn**  
Retail Group



Marc Binder



Ines Schurin

**REWE** ■ ■  
GROUP



Sebastian Wachtarz

**abbvie**

# Wechsel im Corporate Advisory Board



Bernd Hops



Nicole Mommsen



Florian Martens



# Unsere Wissenschafts- und Praxispartner (Mai 2024)



4

Universitäten

6

Professoren

49

Unternehmen

# Termine für die CCOs

## Leadership Forum

13./14. Juni 2024, Frankfurt

Bei GIZ und Fraport



## Hermes Dinner & Science Update

21./22. November 2024

Bei Bayer in Leverkusen



# Termine für das Team

## Webinar „Making employees feel appreciated“

Freitag, 17. Mai, 12:00 – 13:00 Uhr

Mit Sabine Einwiler, Julia Stranzl und Sven Korndörffer

[www.akademische-gesellschaft.com/veranstaltung/making-employees-feel-appreciated/](http://www.akademische-gesellschaft.com/veranstaltung/making-employees-feel-appreciated/)



## Research Dialogue

Termin tbd (Sept/Okt)

an der Universität Potsdam (Stefan Stieglitz)

Aktuelle Forschung und Trends im Bereich Kommunikationstechnologie

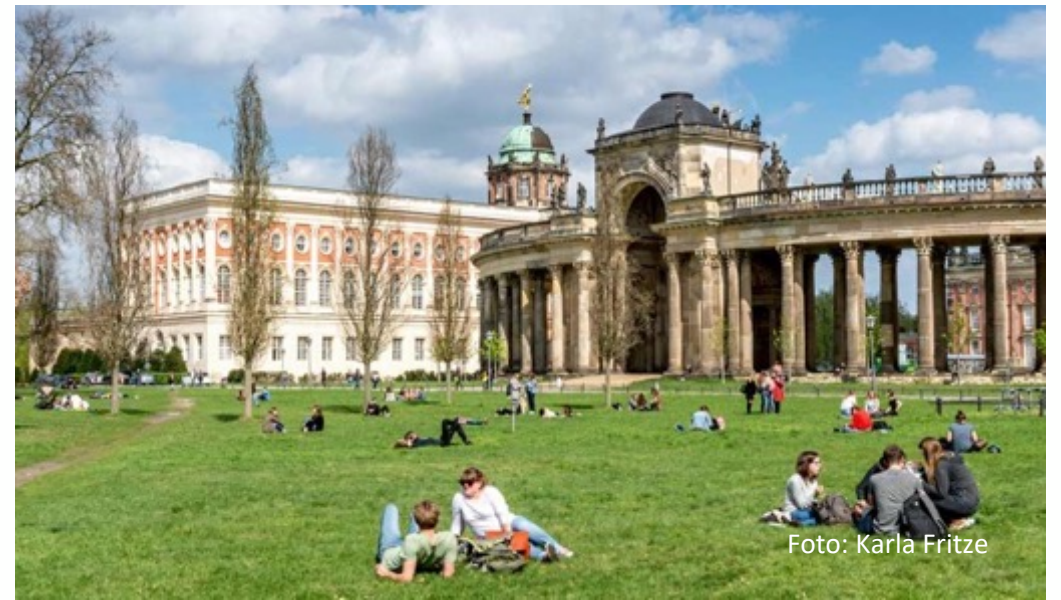
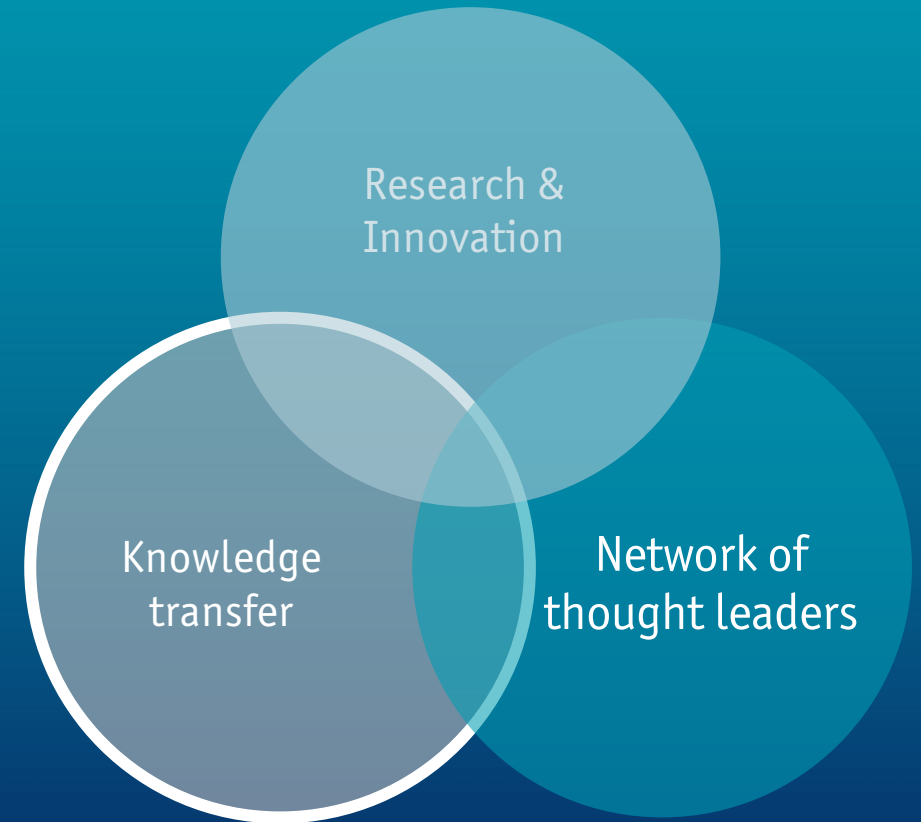


Foto: Karla Fritze



# Wissenstransfer Neue Strategie



# Übergreifende Wissenstransfer-Strategie der AGUK

1

**Themenspektrum  
erweitern**

Kuratierung von Grundlagen und Studien in einem internationalen **Wissenschaftsmagazin-Magazin** (Corporate Communication Review)

2

**Wissen zielgruppen-  
spezifisch vermitteln**

Kürzere, lesefreundliche **Ergebnisberichte** (Essentials);  
**E-Mail-Newsletter** (News) exklusiv für AGUK-Partnerunternehmen

3

**Jahresbericht aufwerten**

**Jahreskompendium** (Collection) führt Themen des Jahres zusammen

4

**Thought Leadership  
ausbauen**

**Partnerschaften** mit europäischen Partnern aufbauen

# Communication Insights | Essentials



**Research Findings**  
**THE METAVERSE**  
USE CASES FOR INTERNAL COMMUNICATION

The metaverse is on the verge of transitioning from a futuristic vision to a concrete reality. This shift promises to revolutionize the way companies communicate and collaborate. A pioneering research project explored various use cases and the willingness of employees to adopt metaverse applications. The findings indicate that communication leaders must act decisively if they want to position themselves as frontrunners in this emerging field.

**Authors**  
Carsten Biese, Leipzig University  
Ansgar Diefenke, Leipzig University

**ENTERING A NEW ERA**

Over the course of the past few years, the concept of the metaverse has risen in the public imagination. Representing a new evolutionary phase of the internet, extending into a three-dimensional realm (Smart et al., 2022), the metaverse will enable immersive experiences in virtual worlds through virtual reality (VR) technology, allowing interaction with people in the form of avatars. However, the metaverse will offer a unique medium to make corporate messaging more persuasive by overlaying virtual information, thus creating a new layer of virtual existence within the real world. The concept of a metaverse goes far beyond standalone applications. It encompasses an entire network of interconnected virtual worlds - a post-reality where virtuality and reality increasingly merge (Pfefferle, 2022). In other words, that's the idea - because the metaverse doesn't get with it this time.

**Dr. Ansgar Diefenke** is Professor and Chair of Strategic Communication at Leipzig University, Germany, and co-editor of the "Handbook of Workplace Communication" (Sage, 2020) published by its main research areas on corporate and organizational communication. [an.diefenke@uni-leipzig.de](mailto:an.diefenke@uni-leipzig.de)

**Dr. Carsten Biese** is Professor and Chair of Strategic Communication at Leipzig University, Germany, and co-editor of the "Handbook of Workplace Communication" (Sage, 2020) published by its main research areas on corporate and organizational communication. [carsten.biese@uni-leipzig.de](mailto:carsten.biese@uni-leipzig.de)

**CITE THIS ARTICLE:** Biese, C. & Diefenke, A. (2024, April). The metaverse: The dawn of internal communication. [www.akademische-gesellschaft.com/publikation/metaverse/](https://www.akademische-gesellschaft.com/publikation/metaverse/)

Dr. Carsten Biese and Dr. Ansgar Diefenke are grateful to Michael Giese and the communication agency Five & Four, Wiesbaden, for sponsoring the employee survey as part of this research.



# Communication Insights | News



**ACADEMIC SOCIETY FOR MANAGEMENT & COMMUNICATION**  
An Initiative by the German Trade Union

**COMMUNICATION INSIGHTS | NEWS**

Exclusive update for the partners of the Academic Society for Management & Communication

Welcome to our 2nd Issue of Communication Insights | News

We have launched our corporate communication journal in the past year!

**Our Topics**

- Spotlight: The metaverse and its potential for internal communication.
- Research News: New research projects on internal communication & CEO activities.
- People: New partnership with Ines Schürin from the REWE Group.
- Events: Invitation to our webinar "Making employees feel appreciated" on May 27.

We hope you enjoy reading our 2nd issue!  
Karin, Lisa & Michelle from the head office

**Navigating the metaverse: Implications for internal communication**



The metaverse is on the verge of transitioning from a futuristic vision to a concrete reality. This shift promises to revolutionize the way companies communicate and collaborate. A pioneering research project explored various use cases and the willingness of employees to adopt metaverse applications. The findings indicate that communication leaders must act decisively if they want to position themselves as frontrunners in this emerging field.

**Materials**  
**Research Findings**



# Communication Insights | Special Issue



**COMMUNICATION INSIGHTS**

**BETWEEN REALITY & FANTASY**

Transforming influencer relations through synthetic media

**ACADEMIC SOCIETY FOR MANAGEMENT & COMMUNICATION**  
An Initiative of the German Trade Union

# Communication Insights | Collection

**Neues Design**

**Akademische Gesellschaft für Unternehmensführung & Kommunikation**  
2023/5/2024



[www.akademische-gesellschaft.com/publikation/metaverse/](http://www.akademische-gesellschaft.com/publikation/metaverse/)

# Anmeldung für Communciation Insights | News (Newsletter)



**ACADEMIC SOCIETY FOR MANAGEMENT & COMMUNICATION**  
An Initiative by the German Trade Union

## COMMUNICATION INSIGHTS | NEWS

Exclusive update for the partners of the Academic Society for Management & Communication



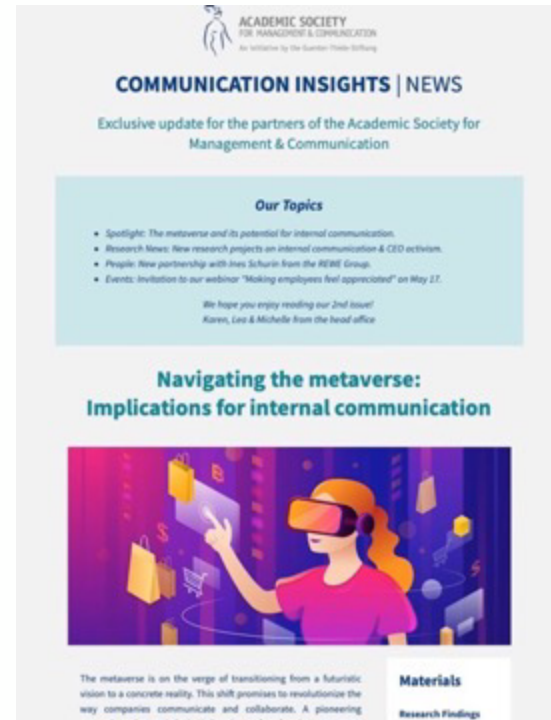
**Welcome to our first issue of Communication Insights News!**

We have launched this platform to keep you informed about the latest research findings for corporate communications. We will also share news about the Academic Society's partners, and past or upcoming events. Over the next year, we'll be testing this newsletter and would love to hear your feedback along the way. Thank you for joining us on this journey!

*Karen, Leo & Michelle from the head office*

### Communications Trend Radar 2024

Information Software	AI Chatting	Workforce Skills	Content Integrity	Resolving Resources
Strategy	Management	Management	Technology	Technology



**ACADEMIC SOCIETY FOR MANAGEMENT & COMMUNICATION**  
An Initiative by the German Trade Union

## COMMUNICATION INSIGHTS | NEWS

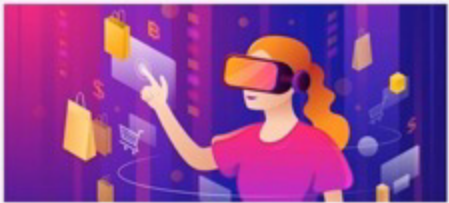
Exclusive update for the partners of the Academic Society for Management & Communication

### Our Topics

- **Spotlight:** The metaverse and its potential for internal communication.
- **Research News:** New research projects on internal communication & CEO activism.
- **People:** New partnership with Ines Schürin from the REWE Group.
- **Events:** Invitation to our webinar "Making employees feel appreciated" on May 27.

*We hope you enjoy reading our 2nd issue!*  
*Karen, Leo & Michelle from the head office*

### Navigating the metaverse: Implications for internal communication



The metaverse is on the verge of transitioning from a futuristic vision to a concrete reality. This shift promises to revolutionize the way companies communicate and collaborate. A pioneering research project at 14 leading German and international companies will explore

### Materials

**Research Findings**

➤ <https://www.akademische-gesellschaft.com/newsletter-registration/?lang=en>

# Wissenstransfer-Magazin: Corporate Communication Review

- **Akademische Gesellschaft** als Initiator und Herausgeber
- **Kooperation** mit europäischen Partnern (Gespräche im Mai)
- **Leitung:** Editorial Board bestehend aus Wissenschaft und Praxis
- **Koordination:** Managing Editor (Dr. Michelle Wloka)



Vorbild

## Vorteile

- Zugang zu Themen außerhalb der AGUK
- Aktueller Forschungsstand zu Grundlagenthemen
- Bearbeitung von Themenwünsche
- Ausbau und Stärkung des Forschungsnetzwerkes
- Profilierung im europäischen Raum
- Mitwirkung im Editorial Board

# Ausgestaltung der Corporate Communication Review

## Beiträge

- Ausgewählte Autorenbeiträge von internationalen Forschern zu praxisrelevanten Themen
- 4–6 Seiten
- Englischsprachig
- Klare Vorgaben für Inhalte & Stil
- Adaptierte „Essential“-Vorlage



## Website

- Alle Beiträge werden "online-first" auf der eigenen Webseite des Magazins veröffentlicht
- Einzel-PDFs zum kostenlosen Download
- Alle Beiträge als open access (evtl. mit DOI)

## AGUK

- Die Beiträge können in adaptierter Form für die **eigenen AGUK-Kanäle** (Website, Newsletter, LinkedIn-Kanal, Jahres-Kompendium) genutzt werden



## Ausgaben

- 2 x pro Jahr werden die 8–10 aktuellsten Beiträge einer Ausgabe zugeordnet und so zitierfähig finalisiert
- Themenschwerpunkt festlegen
- Optional: Druck der Ausgaben (je ca. 50 Seiten) mit Titelblatt und Editorial

# Diskussion Wissenstransfer

- Habt Ihr Feedback zu der Strategie / den neuen Angeboten?
- Nutzt Ihr / Eure Mitarbeiter/innen den neuen Newsletter?
- Wünscht Ihr Euch weitere Angebote?



# Diskussionsergebnisse

- **Kai Rolker:** Webinar zum Communications Trend Radar kam sehr gut bei den Mitarbeitenden gut an und wurde auch anschließend intensiv diskutiert; neues Wissenstransfer-Magazin sehr spannend.
- **Sebastian Wachtarz:** Trend Radar kam auch in seinem Team sehr gut an, Magazin ist spannend und Newsletter ein tolles Angebot
- **Miriam Henn:** stimmt dem zu, findet auch das Magazin sehr spannend. Super, wenn Angebote auch an Mitarbeitende gemacht werden.
- **Christoph Horn:** Mitarbeitende sollen im Rahmen der internen Aus- und Weiterbildung (VC Academy) die Akademische Gesellschaft kennenlernen → Geschäftsstelle steht zur Verfügung, die AGUK und ihre Angebote in den Partnerunternehmen bekannt zu machen
- **Gabi Hässig** stimmt zu und findet es gut, wenn die Teams einbezogen werden und auch dass die AGUK bei den Teams vorgestellt wird





AKADEMISCHE GESELLSCHAFT  
FÜR UNTERNEHMENSFÜHRUNG & KOMMUNIKATION

# Nachbesetzung Executive Board

# Governance der Akademischen Gesellschaft



# Aktueller Stand laut AGUK-Geschäftsordnung

- **Praxisvertreter/innen** sind derzeit auf 2 bzw. 3 Jahre berufen (bis 31.12.2024/ bzw. bis 31.12.2025), um rollierendes Verfahren zu starten
- Vorgesehene Amtszeit der Praxisvertreter/innen: **2 Jahre**
- **Jedes Jahr** sollen zwei neue Vertreter/innen gewählt werden
- Eine **Wiederwahl** ist zulässig



**Verfahren** zur Berufung der Praxis-Mitglieder noch nicht in der Geschäftsordnung festgelegt → soll gemeinsam im Corporate Advisory Board entschieden werden

# Optionen für die Nachbesetzung

## Option 1

### Offene Nominierung und Wahl durch Corporate Advisory Board

1. Mitglieder des Corporate Advisory Boards (CAB) können sich zur Wahl stellen
2. Wahlverfahren und Zeitpunkt zu definieren
3. Abstimmung durch die Mitglieder des Corporate Advisory Boards (virtuell)
4. die 2 Kandidaten mit den meisten Stimmen werden gewählt

## Option 2

### Nominierung durch Executive Board und Bestätigung durch Corporate Advisory Board

1. Wer aus unserem Kreis hätte Interesse?
2. Interessierte Personen melden sich bei der Geschäftsstelle (Karen Berger)
3. Nominierung von 2 Praxisvertreter/innen durch das Executive Board
4. Personen müssen vom Corporate Advisory Board als Nachfolger/in bestätigt werden (z.B. beim Beiratstreffen im Dez)

# Diskussion Nachbesetzung Executive Board

- Welches Wahlverfahren würdet ihr bevorzugen?
- Soll die Amtszeit von 2 Jahren beibehalten werden?
- Wollen wir jedes Jahr zwei neue Vertreter/innen wählen? (Rollierende Besetzung)



# Diskussionsergebnisse

- Die anwesenden Beiräte sprechen sich einstimmig aus für **Variante 2 (Nominierung durch das Executive Board)** zur Nachbesetzung der Praxisvertreter.
- Als ideale Amtszeit wird **2 Jahre** empfunden.
- Dem **rollierenden Verfahren** (Wahl von 2 neuen Vertreter/innen jedes Jahr) wird zugestimmt
- Zum 1.1.2025 sollen zwei der vier Praxis-Sitze im Executive Board nachbesetzt werden.
- Das Corporate Advisory Board muss im Herbst die zwei neuen Vertreter/innen bestätigen.



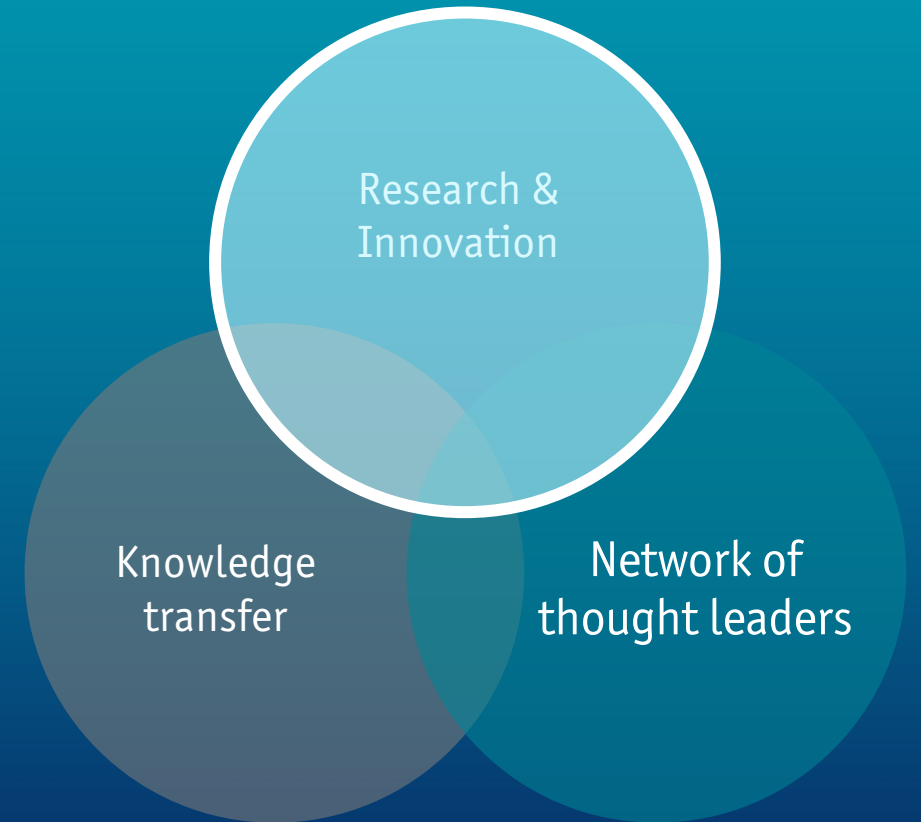
Wer Interesse hat, ab Januar 2025 für zwei Jahre im Executive Board mitzuarbeiten, meldet sich bitte bis zum **30.6.** in der Geschäftsstelle bei Karen Berger.

Karen, Anke, Susanne, Thomas und Christof stehen vorab für Fragen zur Verfügung.



AKADEMISCHE GESELLSCHAFT  
FÜR UNTERNEHMENSFÜHRUNG & KOMMUNIKATION

# Forschung und weitere Themen



# Communications Trend Radar 2024



Information  
Inflation



AI  
Literacy



Workforce  
Shift



Content  
Integrity



Decoding  
Humans

- Annual study series since 2020 about the most relevant trends for corporate communications
- Trends from society, management, and technology
- By Ansgar Zerfass, Stefan Stieglitz, Michelle Wloka & Sünje Clausen



<https://www.akademische-gesellschaft.com/publikation/communications-trend-radar-2024/>

# Laufende Forschungsprojekte in 2024



Communications Trend Radar  
(Jan 23 - Feb 2024)



Sustainable communication departments  
(Mai 2023 – Mai 2024)



Employee Engagement & Wertschätzung  
(2022-Mai 2024)



Perception and positioning of comm departments  
(Okt 2023- Juni 2024)



CEOs in the midst of activism (Jan - Sep 2024)



European Communication Monitor (2024-2027)



Neuroscientific Approaches & Technologies for Communication (Jan – Nov 2024)



Generative AI and the Future of Corporate Communications (ab 2024)

# Neu: Wirkung und Nutzen der internen Kommunikation

- Ulrike Röttger, Helena Stehle, Volker Gehrau (Uni Münster)
- Jan 2024 – Herbst 2024
- Welche Formen, Wege und Themen der internen Kommunikation werden nach der Pandemie genutzt?
- Welche demografischen Merkmale, Einstellungen und Werten beeinflussen die Nutzung?
- Welche Auswirkungen hat dies auf die Zufriedenheit mit der Kommunikation und der Arbeit oder das Engagement und Verhalten von Führungskräften und Mitarbeitenden?
- Methode: 2. Welle einer repräsentativen Online-Befragung von Führungskräften und Mitarbeitenden aus privaten und öffentlichen Unternehmen in Deutschland



# Zeit für weitere

Fragen  
Themen  
Ideen



# Diskussionsergebnisse

- **Miriam Henn & Sebastian Wachtarz:** Haltungskommunikation wäre ein spannendes Forschungsthema – sowohl nach innen und außen (Arbeitgeber als glaubwürdigste Quelle laut Trust-Barometer)
  - **Karen Berger:** Weitere Themenwünsche, die von unseren Partnerunternehmen geäußert wurden: Wissenschaftskommunikation von forschenden Unternehmen sowie Kompetenzmanagement / Erwartungen an die Qualifikationen des Kommunikators in Zukunft
- Themenwünsche werden an das Scientific Advisory Board weitergeleitet





**AKADEMISCHE GESELLSCHAFT**  
FÜR UNTERNEHMENSFÜHRUNG & KOMMUNIKATION

# Herzlichen Dank für Eure Unterstützung!

**Karen Berger, M.A.**

Managing Director Akademische Gesellschaft

Mail: [berger@akademische-gesellschaft.com](mailto:berger@akademische-gesellschaft.com)

Tel: +49 341 9735052