



AKADEMISCHE GESELLSCHAFT
FÜR UNTERNEHMENSFÜHRUNG & KOMMUNIKATION

Neues aus der Akademischen Gesellschaft

23. Mai 2025 – Leadership Forum

Neue Partnerunternehmen



Philipp Encz



Susanne Marell



Axel Löber



Jacqueline Casini



Rolls-Royce

Rolls-Royce Power Systems AG

Neue Mitglieder im Corporate Advisory Board



Sebastian
Ackermann (1.1.)



Chris Ribeiro (1.3.)



Vincent Charles (1.5.)



Neue Mitglieder im Scientific Advisory Board



Prof. Dr. Helena Stehle

Professorin für
Kommunikationswissenschaft

Schwerpunkt strategische
Kommunikation



Prof. Dr. Swaran Sandhu

Professor für Unternehmens-/
Organisationskommuni-kation

Schwerpunkt Public Relations



Unsere Wissenschafts- und Praxispartner



5
Professor/innen von
führenden Hochschulen

ca. 50
Unternehmen



Unser neues Executive Board seit Januar



Dr. Jan Dietrich Müller
Swiss Re



Dr. Michael Preuss
Bayer



Anke Schmidt
Beiersdorf



Susanne
Straetmans
Pfizer



Prof. Dr. Sabine Einwiller
Universität Wien



Prof. Dr. Ulrike Röttger
Universität Münster

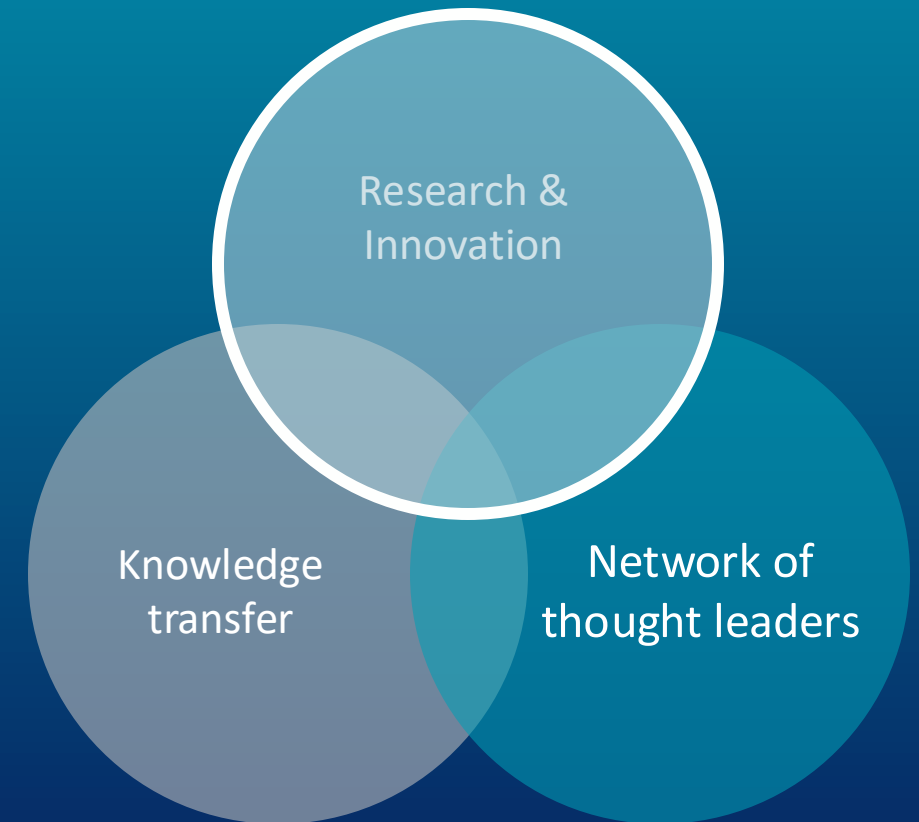


Prof. Dr. Ansgar Zerfaß
Universität Leipzig



Karen Berger
Akademische Gesellschaft

Forschung



Laufende Forschungsprojekte im Jahr 2025



Neurotechnologien in der Unternehmenskommunikation

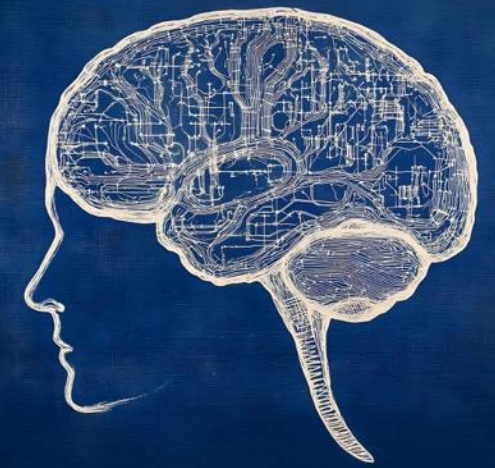
- Überblick zu Systemen und Anwendungsszenarien
- Studie im März 2025 mit großer Resonanz in den USA vorgestellt
- Wiss. Beitrag dazu bei internationalem Journal eingereicht

Research Findings

NEUROTECHNOLOGY IN CORPORATE COMMUNICATIONS

Just a vision or on the verge
of becoming a reality?

© Adobe Stock | Soemsk



Neurotechnologies are making inroads into the consumer market. Tech-savvy users as well as companies are exploring their applications across entertainment, education, and everyday life such as stress management and sports. By combining powerful hardware and software, these tools enable a non-invasive, direct interface between the brain and technology, allowing for real-time tracking of reactions and the delivery of feedback impulses. This article introduces these technologies and explores how communication departments can leverage them to optimize interactions with stakeholders and internal workflows while also addressing key challenges.



Authors

Michelle Wloka &
Ansgar Zerfass
Leipzig University

WHY THIS MATTERS NOW

Brain-computer interfaces, neuroimaging tools, and biometric wearables are now entering the consumer market. Headphones equipped with integrated sensors can non-invasively measure brainwaves to track users' attention and concentration (e.g., Neurable, 2025; Neurocity, 2025) and even enable them to control software hands-free using only their thoughts (NeuroSky, 2025). Apple is currently developing AirPods capable of monitoring biosignals (Ravia & Hammer, 2024).

Initially limited to medical and research settings due to their complexity and cost, these technologies are now becoming more accessible, expanding their applications into everyday life and areas such as education, wellbeing, and stress management. This shift has sparked debates around their potential impact on business operations, particularly in strategic management and marketing.

Within strategic communication research, Nothhaft and Seiffert-Brockmann (2023) have initiated a conceptual debate on incorporating insights from mind science and evolutionary psychology. They argue that the rise of artificial intelligence (AI) makes it crucial to embrace a biological perspective on the human mind. Neurotechnological applications, however, have so far been largely overlooked in both academic and professional discourse, although some voices have recently begun to address the topic (Stieglitz et al., 2024). This motivated us to conduct a research project which systematizes current neurotechnologies and their capabilities in organizational settings and contextualizes them within communication management theory. A comprehensive interdisciplinary literature review and analytical reasoning allowed us to identify opportunities and use cases for enhancing both communicative interactions with stakeholders and internal processes in communication departments and agencies. The following sections present our key findings.

Wertschöpfung und Erfolgsmessung von Corporate-Influencer-Programmen



Forschungsprojekt in Planung (Oktober 2025–März 2026)

Im Zeitalter der „communicative organization“ setzen viele Unternehmen systematisch Mitarbeitende als Botschafter ein, um authentisch und zielgruppengerecht zu kommunizieren.

Aus Sicht des Kommunikationsmanagement interessiert dabei: Werden relevante Wertbeiträge erbracht oder nur Partialinteressen bedient? Können diese Programme noch stärker genutzt werden, um trotz knapper Budgets alle Kommunikationsziele zu erreichen? Wie können CI-Programme strategisch eingebunden werden?

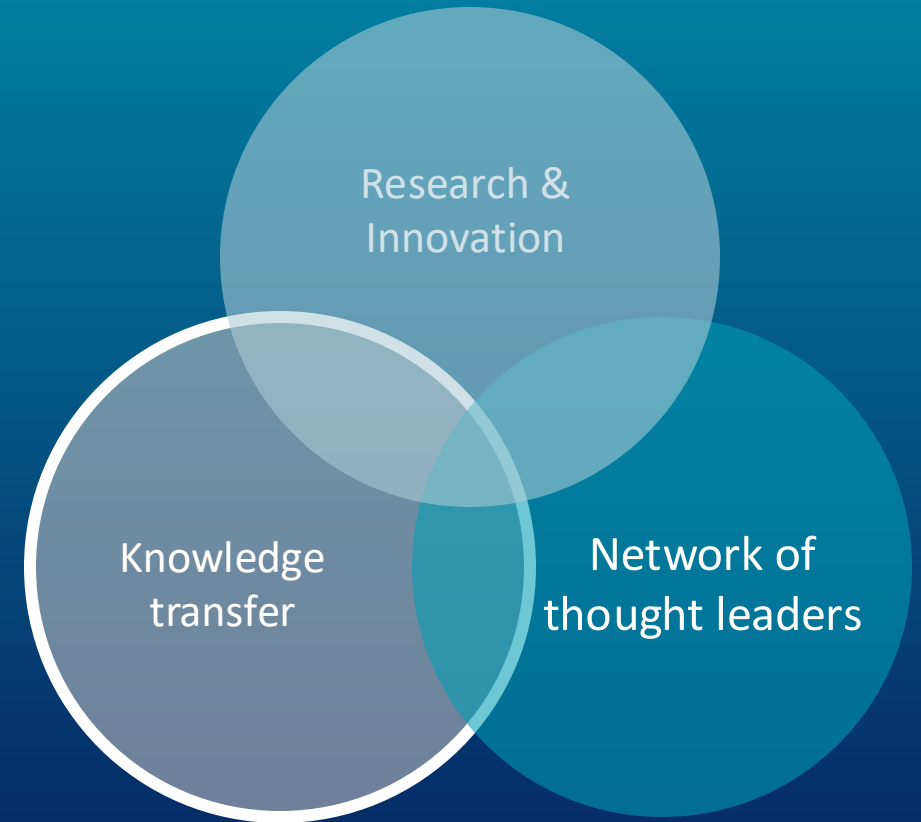
- Die Studie soll die Erfahrungen von CI-Programmverantwortlichen (Befragung I, via Corporate Influencer Club) sowie Erwartungen von Kommunikationsleitern (Befragung II) erheben und vor dem Hintergrund etablierter Bezugsrahmen (CVC, AMEC, DPRG/ICV) interpretieren.
- Ziele sind a) die Beschreibungen des Status quo; b) die Identifikation von Differenzen und Übereinstimmungen; c) die Entwicklung eines praxistauglichen Bezugsrahmens als Steuerungsansatz, der mögliche Wertbeiträge, KPIs und Indikatoren (Ergebnisse, Kosten) sowie Messmethoden aufzeigt und so CI-Programme strategisch verortet.

FRAGE AN ALLE:

- Wer betreibt derzeit CI-Programme?
- Wer wäre gerne Gastgeber für den Auftaktworkshop Anfang Oktober (9 Masterstudierende + Ansgar Zerfaß, Laura Siewert)?



Wissenstransfer



Corporate Communication Review

- Das erste internationale Wissenschaftsmagazin zur Unternehmenskommunikation
- Relevante Forschung kompakt und praxisnah aufbereitet
- In Partnerschaft mit IPR, EUPRERA und EACD
- 2 Ausgaben mit jeweils ca. 10 Beiträgen pro Jahr, „online first“
- Alle Beiträge erscheinen Open Access
- Studien, Book Reviews, Case Studies,...
- Kontakt: Dr. Michelle Wloka
editor@corpcommreview.com



www.corpcommreview.com

CORPORATE COMMUNICATION REVIEW

RESEARCH AND INSIGHTS FOR COMMUNICATION LEADERS

VOL. 1 | NO. 1 | 2025

STRATEGIC DIRECTIONS

Mastering improvisation
and internal positioning

NAVIGATING CRISIS

The role of readiness
and CEO visuals

CASE STUDIES

Goodyear, SAP & Clariant

STUDY HIGHLIGHTS & BOOK REVIEWS



THE FUTURE OF DIGITAL COMMUNICATION

AI, voice
assistants &
relationships in
media arenas

Corporate Communication Review – Editorial Board

CORPORATE
COMMUNICATION
REVIEW

6 International Professors

5 International CCOs

3 Influential Networkers

Sabine Einwiller, University of Vienna | **Jesper Falkheimer**, Lund University |
Vilma Luoma-aho, Jyväskylä University | **Sora Kim**, The Chinese University of
Hong Kong | **Juan Meng**, University of Georgia | **Ansgar Zerfass**, Leipzig
University

Laura Duda, Goodyear | **Christof Ehrhart**, Bosch | **Bélen Frau**, Ikea | **Sujit Patil**,
Godrej | **Laurant Turpault**, Accor Invest

Dennis Larsen, EACD | **Tina McCorkindale**, IPR | **Stephen Waddington**, CIPR,
Leeds University



Collection – unser neues Jahreskompendium

Inhalte:

- Forschungsthemen
- Neues aus der internationalen
Forschung
- Veranstaltungen
- Partner aus Wissenschaft & Praxis
- Über uns: Die Akademische
Gesellschaft



Veranstaltungen für die Führungsebene in 2025

Hermes Dinner & Science Update (15 Jahre AGUK)



- 20./21. November 2025
- Bei Bosch in Berlin
- Donnerstag, ab ca. 16:30
- Freitag, 9:00 – 13:00 Uhr



Communication Management Radar

- Praxisdialog zu den Trends für die CCOs (bzw. Vertretung)
- Terminoptionen: 16.9., 17.9. und ggf. 10.10.
- 4-10 Teilnehmende
- 90 Minuten, virtuell



Veranstaltungen für die Teams

KI-Zukunftswerkstatt – 2. Workshop

- 1./2. Juli 2025
 - Clariant Innovation Center, Frankfurt
 - Dienstag, ab ca. 16:30 Uhr (Führung CIC)
 - Mittwoch, 9:00 – 15:00 Uhr
- 3. Workshop im Herbst geplant



Research Dialogue

- Termin tbd
- Universität Leipzig (Ansgar Zerfaß)
- Aktuelle Forschung und Trends im Bereich Kommunikationsstrategie und Tools
- Format für alle interessierten Mitarbeitenden





AKADEMISCHE GESELLSCHAFT
FÜR UNTERNEHMENSFÜHRUNG & KOMMUNIKATION

**Vielen Dank für Eure
Unterstützung!**