Unternehmenskommunikation in der Praxis

Simone Huck-Sandhu • Sabine Laukemann
Hrsg.

# Unternehmenskommunikation in der Praxis

## Fallbeispiele, Strategien und Wertbeitrag

Springer Gabler

*Hrsg.*
Simone Huck-Sandhu
Hochschule Pforzheim
Pforzheim, Deutschland

Sabine Laukemann
Hochschule Pforzheim
Pforzheim, Deutschland

ISBN 978-3-658-52283-4 ISBN 978-3-658-52284-1 (eBook)
https://doi.org/10.1007/978-3-658-52284-1

Die Deutsche National bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über https://portal.dnb.de abrufbar.

© Der/die Herausgeber bzw. der/die Autor(en), exklusiv lizenziert an Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, ein Teil von Springer Nature 2026

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen. Sofern vom Verlag nicht ausdrücklich schriftlich genehmigt, gestattet der Verlag weder die Nutzung noch die Vervielfältigung dieses Werks, weder ganz noch in Teilen, in irgendeiner Form zum Zwecke des Trainings, der Verbesserung, der Bewertung oder der Entwicklung von Modellen, Technologien oder Systemen der künstlichen Intelligenz. Gemäß Artikel 4 Abs. 3 der EU-Richtlinie 2019/790 über das Urheberrecht und die verwandten Schutzrechte im digitalen Binnenmarkt behält sich der Verlag im Rahmen der in der Richtlinie vorgesehenen Ausnahme für Text und Data Mining ausdrücklich alle Rechte an diesem Werk vor. Die Wiedergabe von allgemein beschreibenden Bezeichnungen, Marken, Unternehmensnamen etc. in diesem Werk bedeutet nicht, dass diese frei durch jede Person benutzt werden dürfen. Die Berechtigung zur Benutzung unterliegt, auch ohne gesonderten Hinweis hierzu, den Regeln des Markenrechts. Die Rechte des/der jeweiligen Zeicheninhaber*in sind zu beachten.
Der Verlag, die Autor*innen und die Herausgeber*innen gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag noch die Autor*innen oder die Herausgeber*innen übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen. Der Verlag bleibt im Hinblick auf geografische Zuordnungen und Gebietsbezeichnungen in veröffentlichten Karten und Institutionsadressen neutral.

Planung/Lektorat: Imke Sander
Springer Gabler ist ein Imprint der eingetragenen Gesellschaft Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH und ist ein Teil von Springer Nature.
Die Anschrift der Gesellschaft ist: Abraham-Lincoln-Str. 46, 65189 Wiesbaden, Germany

Wenn Sie dieses Produkt entsorgen, geben Sie das Papier bitte zum Recycling.

# Inhaltsverzeichnis

**Hinter den Kulissen – Fallstudien zur Unternehmenskommunikation** . . . . . **1**
Simone Huck-Sandhu und Sabine Laukemann

**Interne Kommunikation**

**Social Intranet Mobile, ein „Range Extender“ für die Unternehmenskommunikation – Mercedes-Benz** . . . . . **11**
Markus Sönning

**Corporate-Influencer-Community: Treiber für Kultur und Kommunikation – MediaMarktSaturn** . . . . . **21**
Winfried Ebner und Katharina Steuckart

**Innovation Lunch Breaks: Communicating Products and Innovations to Employees – Zeiss** . . . . . **41**
Frederic Vuillermin

**Systematische KI-Integration: Erkenntnisse aus der Unternehmenspraxis – Clariant** . . . . . **49**
Kai Rolker, Luca Lavina, Emilia Buschbeck, Sören Voth, Nicolas Böttger und Marwin Bayer

**Strategiekommunikation**

**Zukunftsfreude als Schlüssel erfolgreicher Strategieumsetzung – Welotec** . . . . . **65**
Bettina Muratović, Pero Mićić und Reinhard Lülff

**Aktivieren statt informieren: Wie Stakeholder-Engagement die Strategieaktivierung unterstützt – Contipark** . . . . . **75**
Philipp Dieterich und Stephan Opitz

**Marken- und Marketingkommunikation**

**“Mountainwear Rescue”: Humor-Based Brand Positioning – Mammut ..... 93**
Yasmin Merz, Nadine Lindstädt-Dreusicke und Philipp Dalmolin

**Eine Marke auf Weltreise: Erfolgsfaktoren internationaler Markenkommunikation – Ritter Sport..... 103**
Jasmin Bach

**Barbie goes Hollywood: Wie Mattel das Medium Film zur Modernisierung und Revitalisierung seiner Brand Barbie nutzte ..... 113**
Sabine Laukemann, Simone Huck-Sandhu und Vanessa Haberer

**Quiet Luxury made in Germany: Die Einführung einer B2C-Eigenmarke – Friedrich Binder ..... 137**
Fernando Fastoso, Larissa Dausien und Nick Binder

**Die Dove „Campaign for Real Beauty“: Inhalte und Stilmittel einer langjährigen kreativen Leitidee..... 147**
Anja Spilski und Eva Neumann

**Die Wirkung von Kundenkommunikation auf das Produkterlebnis – Mercedes-Benz ..... 163**
Giulia Schnatterer, Emre Aksel und Florian Prübner

**Finanz- und Nachhaltigkeitskommunikation**

**Klimaziele wirksam vermitteln: Nachhaltigkeitskommunikation in der Praxis – DKV Mobility ..... 177**
Sarah Rötzer und Robin Hagenmüller

**Emotionales Storytelling als Schlüssel für die Finanzierung von Tech-Start-ups über Crowdinvesting – EnerKíte..... 187**
Florian Breipohl und Frank Schwarz

**Kommunikation unter Marktunsicherheit: Erfolgsfaktoren beim Börsengang – Pfisterer ..... 201**
Johannes Linden und Marcel Hofmann

**Veränderungskommunikation**

**Nach dem Firmenkauf: Change Communication als Erfolgsfaktor für die Integration zugekaufter Unternehmen – Datagroup ..... 213**
Jana Kuck und Sabine Laukemann

**Zurück in die Zukunft: Change Communication einer erfolgreichen Kooperation zweier Wettbewerber – Osiander ..... 229**
Hermann-Arndt Riethmüller

**Change Kommunikation: Wie die interne Kommunikation Akzeptanz in Zeiten der Veränderung schaffen kann – Novartis** . . . . . **245**
Salome Becker

**Talente begeistern: Ein neuer Arbeitgeberauftritt als Erfolgsfaktor im globalen Talentwettbewerb – Drees & Sommer** . . . . . **255**
Julia Dressler und Sara Bihler

**Krisenkommunikation**

**Klartext in der Krise: Wie Restrukturierung und Stellenabbau die Kommunikation im Unternehmen prägen – Trumpf** . . . . . **269**
Rainer Berghausen

**From Immediate Response to Long-Term Reputation: Lufthansa's Crisis Communication in the Wake of the 2015 Germanwings Crash** . . . . . **281**
Simone Huck-Sandhu und Swaran Sandhu

**Goldman Sachs and the #HungerBonds: A Tiny Trade for a Global Firestorm** . . . . **307**
Carmen Beatriz Fernández

**Constructing Corporate Care Work: 23andMe and Corporate Social Responsibility** . . . . . **321**
Beatriz Nieto-Fernandez

**Corporate History-Kommunikation**

**‚Es war einmal' war gestern: Mit History Communication Transformation mitgestalten – Körber** . . . . . **339**
Moritz Strobel und Felix Krebber

**Kulturgerechte interne Historische Kommunikation: das Projekt des Robert Bosch-Manga – Robert Bosch** . . . . . **353**
Dietrich Kuhlgatz

**Integrierte Kommunikation**

**Radsport-Sponsoring als strategisches Kommunikationsinstrument – Hansgrohe** . . . . . **367**
Jörg Hass und Laura Gutekunst

**Committed to celebrate: Integrierte Kommunikation am Beispiel des 50-jährigen Firmenjubiläums – Rutronik** . . . . . **383**
Alena Kirchenbauer

# Liste der Beitragenden

**Emre Aksel** ist Product Owner von RENGINE („Recommendation Engine“) und seit 2013 bei der Mercedes-Benz AG tätig. Er studierte Wirtschaftsinformatik an der Hochschule Reutlingen.

**Jasmin Bach** ist Global Brand Manager bei der Alfred Ritter GmbH & Co. KG am Hauptsitz in Waldenbuch. Zuvor war sie als Marketingmanagerin in der chinesischen Business Unit in Shanghai tätig und verantwortete dort den Markenaufbau und die Markenkommunikation im chinesischen Markt. Sie studierte Kommunikationswissenschaften und -management an der Universität Hohenheim.

**Marwin Bayer** ist Senior Associate bei FGS Global in Frankfurt mit Schwerpunkt auf strategischer Kommunikation, CEO-Kommunikation und Kapitalmarktkommunikation. Er verfügt über einen Masterabschluss in Corporate Communication Management (M.Sc.) von der Business School der Hochschule Pforzheim sowie einen Bachelorabschluss in Informationsmanagement und Unternehmenskommunikation (B.A.) von der Hochschule Neu-Ulm.

**Salome Becker** war zum Zeitpunkt der Beitragserstellung als Managerin für interne Kommunikation bei der Novartis Pharma GmbH tätig. Nach ihrem Masterstudium der Unternehmenskommunikation an der Business School Pforzheim übernahm sie verschiedene Rollen in den Bereichen interne Kommunikation und Corporate Communications. Darüber hinaus unterrichtete sie als Lehrbeauftragte an der Hochschule Pforzheim.

**Rainer Berghausen** ist Head of Group Communications bei der TRUMPF SE + Co. KG, Ditzingen. Er studierte Politik- und Rechtswissenschaften an der Albert-Ludwigs-Universität, Freiburg. Nach Stationen im Journalismus (u. a. Süddeutscher Rundfunk und Motorpresse) sowie in der Kommunikationsberatung war er lange Jahre als Pressesprecher und Leiter Unternehmenskommunikation in Verbänden und börsennotierten Unternehmen tätig.

**Sara Bihler** ist Specialist Employer Branding bei Drees & Sommer und verantwortet die Entwicklung sowie Umsetzung von Maßnahmen zur Gewinnung von Nachwuchstalenten. Zuvor sammelte sie Erfahrungen in Unternehmenskommunikation, Marketing und Sales. Sie verfügt über einen Master of Science in Corporate Communication Management sowie einen Bachelor of Arts in Kommunikationswissenschaft.

**Nick Binder** ist seit Januar 2024 geschäftsführender Gesellschafter der Friedrich Binder GmbH & Co. KG und führt das Familienunternehmen in fünfter Generation. Seit seinem Studium in International Marketing Management war er im Familienunternehmen tätig und verantwortete ab 2021 den Marketingbereich, bevor er in die Geschäftsleitung aufstieg.

**Nicolas Böttger** ist als Senior Associate bei FGS Global in Berlin tätig und befasst sich dort mit strategischer Kommunikation sowie Kampagnengestaltung und -steuerung. Er hat einen Master in Politik, Verwaltung und internationalen Beziehungen (M.A.) sowie einen Bachelor in Soziologie, Politik und Ökonomie (B.A.) von der Zeppelin Universität, der er heute noch als Dozent für strategische Kommunikation verbunden ist.

**Florian Breipohl** ist Geschäftsführer der EnerKite GmbH, Berlin. Der Diplom-Ingenieur und Diplom-Designer war ab 2015 im Flügelbau und in der Flügelentwicklung tätig, bevor er ab 2022 das Unternehmen als CEO aus der Phase von Forschung & Prototyping in die Serienproduktion führte. Seit seiner Übernahme der Geschäftsleitung hat er über 8 Mio. Euro an Kapital und 2,7 Mio. Euro an Fördermittelzuschüssen eingeworben. Er ist stark involviert in Finanzierungsrunden, um die Produktionskapazitäten, Tests und Markteinführung voranzutreiben.

**Emilia Buschbeck** ist Senior Associate bei FGS Global in Berlin mit Schwerpunkt auf strategischer Kommunikation und Kapitalmarktkommunikation. Sie verfügt über einen interdisziplinären akademischen Hintergrund mit einem Master in Communication Management von der Universität Leipzig sowie einem Bachelor in Medienwissenschaft und Anglistik/Amerikanistik von der Universität Tübingen.

**Larissa Dausien** hat einen Masterabschluss in Wirtschaftspsychologie und arbeitet als wissenschaftliche Mitarbeiterin im M.A. Creative Communication & Brand Management an der Hochschule Pforzheim.

**Philipp Dieterich** ist Interim Manager und Strategieberater für Corporate Communications, Marketing und Transformationsmanagement. Er arbeitete in unterschiedlichen Management-Funktionen in Agenturen und Unternehmen und verantwortete Kommunikations- und Marketingfunktionen. Als Gründer der Boutique-Beratung thnk.frwrd. und Partner der Einstweiligen Vertretung für Interim- und Projektmanagement berät er Unternehmen bei Transformationsvorhaben, Strategieaktivierung und Stakeholder Engagement. Als Interim Head of Marketing & Communications verantwortete er von 2023 bis 2024 die Kommunikation bei Contipark.

**Julia Dressler** ist Senior Expertin Employer Branding bei Drees & Sommer und verantwortet internationale Initiativen zur globalen Positionierung der Arbeitgebermarke. Zuvor war sie im Employer Branding bei IBM für DACH und EMEA tätig und arbeitete als Senior Strategy Consultant in der Strategie- und Transformationsberatung. Julia hat einen M.A. in Marketing & Sales und einen B.A. in International/Global Studies.

**Dr. Winfried Ebner** ist Vordenker für *Anders Arbeiten* und entwickelt seit März 2025 bei MediaMarktSaturn die Corporate Influencer-Initiative. Er baut bereichsübergreifende Communitys auf, um Organisationen bei strategischen Herausforderungen wirkungsvoll zu unterstützen. Als Buchautor, Podcaster und Keynote Speaker prägt er das Thema Corporate Influencing im deutschsprachigen Raum. Er ist Mitgründer des Corporate Influencer Club mit über 13.500 Mitgliedern auf LinkedIn und Co-Host des Corporate Influencer Podcasts, in dem wöchentlich Unternehmensbotschafter:innen auf Corporate Voices treffen.

**Prof. Dr. Fernando Fastoso** bekleidet an der Hochschule Pforzheim den ersten und bislang einzigen Lehrstuhl für Luxusmarketing in Deutschland. Bis 2020 war er in Großbritannien tätig, zuletzt an der Universität York. Zuvor arbeitete er zehn Jahre im Account Management und in der Strategischen Planung für das DDB Network in Düsseldorf.

**Laura Gutekunst** ist Managerin Internationale PR der Marke hansgrohe. Sie studierte Corporate Communications (MBA) an der Hochschule der Medien Stuttgart. In ihrer Arbeit verbindet sie Praxis und Forschung zu Markenkommunikation, Digitalisierung und Stakeholder-Management im B2B-Kontext.

**Vanessa Haberer** ist seit 2022 Akademische Mitarbeiterin im Masterstudiengang Corporate Communication Management an der Hochschule Pforzheim. Sie studierte International Business an der Hochschule Pforzheim und schließt ihr Masterstudium der Medienwissenschaft an der Universität Tübingen im Sommer 2026 ab.

**Robin Hagenmüller** ist Geschäftsführer der Strategieberatung zōonpolitikon und war zum Zeitpunkt der Beitragserstellung Unternehmenssprecher bei DKV Mobility in Ratingen. Er studierte Medien- und Politikwissenschaft an der Eberhard Karls Universität Tübingen sowie Corporate Communication Management an der Hochschule Pforzheim. Nach Stationen in der Kommunikationsberatung war er als Pressesprecher und Leiter der Unternehmenskommunikation bei einem europäischen Funkmastbetreiber tätig.

**Dr. Jörg Hass** ist Vice President Corporate Communications und Unternehmenssprecher der Hansgrohe Group, Schiltach. Nach seinem BWL-Studium an der Johannes Gutenberg-Universität in Mainz und der Promotion an der FU Berlin war er lange Jahre als Leiter der Unternehmenskommunikation und Pressesprecher der WMF Group tätig.

**Marcel Hofmann** ist Leiter Inhouse Consulting bei der PFISTERER Holding SE. Er studierte Rechnungswesen, Steuern und Wirtschaftsrecht und hält einen MBA. Nach Stationen in der Wirtschaftsprüfung und Transaktionsberatung bei PwC sowie im Beteiligungsmanagement und Geschäftsführungsstab im Bankenumfeld wechselte er zur DATAGROUP SE. Seit Ende 2023 ist er bei PFISTERER tätig, zunächst als Vorstandsreferent, heute als Leiter des Inhouse Consulting, und verantwortete im Projekt Börsengang unter anderem die Workstreams Equity Story und Financial Due Diligence.

**Prof. Dr. Simone Huck-Sandhu** ist seit 2011 Professorin für Marketingkommunikation und Public Relations an der Hochschule Pforzheim. Nach dem Studium der Kommunikationswissenschaft promovierte und habilitierte sie sich an der Universität Hohenheim, Stuttgart. Ihre Lehr- und Forschungsfelder sind u. a. Unternehmenskommunikation, interne Kommunikation und internationales Kommunikationsmanagement.

**Dr. Alena Kirchenbauer** ist Group Manager Content & Communication Management bei SEW-EURODRIVE und war zum Zeitpunkt der Beitragserstellung Team Lead Communications bei der Kommunikationsagentur TRUH GmbH, einer hundertprozentigen Tochter und Customized Agency der Rutronik Elektronische Bauelemente GmbH. Darüber hinaus ist sie Dozentin für PR, Kommunikationsmanagement und Interne Kommunikation an der Hochschule Pforzheim. Sie ist Mitglied im DPRG-Bundesvorstand und im Vorstand der DPRG-Landesgruppe Baden-Württemberg, wo sie sich auf den Transfer zwischen PR-Forschung und -Praxis konzentriert.

**Prof. Dr. Felix Krebber** ist Professor für Unternehmenskommunikation an der Business School der Hochschule Pforzheim und leitet gemeinsam mit Prof. em. Dr. Günter Bentele das Center for History & Corporate Communication. Forschungsschwerpunkte sind Gesellschaftsorientierte Kommunikation, Strategische (Geschichts-) Kommunikation und Ethik öffentlicher Kommunikation. Felix Krebber studierte Kommunikations- und Staatswissenschaften an den Universitäten Erfurt und Leipzig.

**Jana Kuck** ist Geschäftsführerin der DATAGROUP GO. Die gelernte Kauffrau und studierte Informatik-Betriebswirtin (VWA) war viele Jahre leitend in mittelständischen IT-Unternehmen tätig und bringt umfassende Projekterfahrung mit, die sie heute in die erfolgreiche Transformation und Integration von IT-Dienstleistern einbringt – fachlich wie kommunikativ.

**Dietrich Kuhlgatz** ist Director Historical Communications bei der Robert Bosch GmbH. 1989 bis 1995 Magisterstudium der Geschichte und Philosophie an den Universitäten Konstanz und Hamburg. Danach Redakteur bei der Zeitschrift für Geschichtswissenschaft und 1996 bis 1998 Wissenschaftlicher Mitarbeiter am Deutschen Technikmuseum. Seit 1998 bei Bosch, zunächst als Fachreferent und Mediensprecher für Unternehmensgeschichte, seit Anfang 2023 Leiter der Abteilung. Betreiber des Bosch History Blogs. Auszeichnung der Abteilung durch die Vereinigung der Wirtschaftsarchivarinnen und Wirtschaftsarchivare als *Wirtschaftsarchiv des Jahres 2023*.

**Dr. Sabine Laukemann** ist Kommunikations-, Führungs- und Organisationsberaterin sowie Dozentin in den Fachgebieten Corporate Communication und Betriebswirtschaft. Die promovierte Kommunikationswissenschaftlerin verfügt über langjährige Management- und M&A-Erfahrung und war als Organvorständin der DATAGROUP SE u. a. für die Ressorts Personal, Organisation, Unternehmenskommunikation und ESG verantwortlich.

**Luca Lavina** ist Manager Media Relations und AI Specialist in der Unternehmenskommunikation bei Clariant. In dieser Doppelrolle liegen seine Schwerpunkte in der Medienarbeit und der Implementierung von generativer KI in der Kommunikation. Er hat einen Master in Sprache und Kommunikation (M.A.) sowie einen Bachelor in Germanistik und Anglistik (B.A.) von der Universität Basel.

**Johannes Linden** ist Co-CEO und Sprecher des Vorstands der PFISTERER Holding SE. Nach dem Studium des Maschinenbaus und des Wirtschaftsingenieurwesens war er viele Jahre als Führungskraft und Geschäftsführer international tätiger Industrieunternehmen tätig, unter anderem bei ANDRITZ, Ningbo PIA Automation und der Schweizer Verpackungsgruppe SIG. Seit 2023 gehört er dem Vorstand von PFISTERER an und verantwortet dort unter anderem Legal, Investor Relations, Finance und Operations. 2025 wurde er für die erfolgreiche Kapitalmarkttransformation des Unternehmens als „CFO des Jahres“ ausgezeichnet.

**Dr. Reinhard Lülff** ist seit 1996 Geschäftsführer der Welotec GmbH und leitet das Unternehmen mit über 29 Jahren Erfahrung. Er gilt als Pionier der IoT-Mobilfunkkommunikation. Unter seiner Führung schloss sich Welotec 2025 der Westermo Gruppe an, bleibt aber weiterhin eigenständig.

**Prof. Dr. Pero Mićić** ist Gründer und Vorstand der FutureManagementGroup AG, Eltville und Professor für Foresight and Strategy an der Steinbeis-Hochschule. Er gilt international als führender Experte für Zukunftsmanagement und berät Führungsteams großer Konzerne und Mittelständler zu Zukunftsmärkten und -strategien und ihrer Verwirklichung. Zudem ist er Keynote-Speaker, Autor von acht Büchern und Entwickler des „Eltviller Modells“ des Zukunftsmanagements.

**Dr. Bettina Muratović** ist Senior FutureManager der FutureManagementGroup AG, Eltville und seit 2013 im Unternehmen. Als promovierte Medienpädagogin und Business Coach leitet sie Zukunftsstrategie-Projekte und wirkte bisher in über 70 Unternehmen.

**Eva Neumann** ist Absolventin des Studiengangs „BW/Marketingkommunikation und Werbung“ an der Hochschule Pforzheim. Nach Stationen bei dm-drogerie markt, der L-Bank, dem SRW und Simplejobs folgt ein Masterstudium.

**Stephan Opitz** ist Geschäftsbereichsleiter Operativer Bereich bei Contipark. Als Mitglied der Geschäftsleitung verantwortet er den operativen Betrieb der Parkeinrichtungen sowie die kundenzentrierten Unternehmensbereiche Operations, Marketing & Communications und Kunden-Service-Center in Deutschland und Österreich. Im Rahmen der Strategie 2028 verantwortete er die Teilprogramme der Transformation im operativen Parkbetrieb. Opitz ist seit 2008 in unterschiedlichen Management-Funktionen für Contipark tätig.

**Florian Prübner** ist Leiter Kundenkommunikation Digitale Produkte bei der Mercedes-Benz AG. Er studierte Wirtschaftswissenschaften in Passau und Barcelona und ist seit über zehn Jahren in verschiedenen Führungspositionen tätig.

**Hermann-Arndt Riethmüller** studierte Germanistik, Geschichte und Politik in Tübingen, München und Berlin. 1973 trat er in das elterliche Unternehmen, die Osiandersche Buchhandlung, ein und leitete es zusammen mit seinem Vater (bis 1996), seinem Bruder Heinrich (ab 1981) und seinem Sohn Christian (ab 2002). 2016 wechselte er von der Geschäftsführung in den Aufsichtsratsvorsitz, den er Anfang 2026 niederlegte. Er engagierte sich als Stadtrat und Handelsrichter und war jahrzehntelang im Börsenverein des Deutschen Buchhandels und in der Aus- und Fortbildung aktiv.

**Dr. Sarah Rötzer** war zum Zeitpunkt der Beitragserstellung Vice President Communications & Public Affairs bei DKV Mobility in Ratingen. Sie studierte Kommunikationswissenschaft an der Universität Hohenheim und promovierte 2013 mit einer Arbeit zur Professionalisierung der Unternehmenskommunikation von Familienunternehmen. Nach Stationen in der Kommunikationsberatung hatte sie viele Jahre lang verschiedene Führungspositionen in der Unternehmenskommunikation inne.

**Dr. Kai Rolker** ist seit 2014 Head of Communications bei Clariant. Er studierte Philosophie und Geschichte in Berlin und promovierte 2002 in Tübingen. Außerdem absolvierte er einen MAS-Studiengang in Kommunikationsmanagement an der HSW Luzern. Seit mehreren Jahren verantwortet er die integrierte Kommunikation des Spezialchemiekonzerns und treibt die digitale Transformation der Funktion voran.

**Giulia Schnatterer** ist in der Kundenkommunikation Digitale Produkte bei der Mercedes-Benz AG tätig. Nach Abschluss ihres Masterstudiums in Corporate Communication Management an der Hochschule Pforzheim stieg sie 2018 ins Unternehmen ein.

**Frank Schwarz** ist Geschäftsführer der SCHWARZ Strategy & Communication GmbH, Wiesbaden. Der Diplom-Volkswirt und ehemalige Wirtschaftsredakteur berät seit 2003 Unternehmen in der Kommunikation mit Investoren und Medien. Sein Fokus liegt auf der Entwicklung und Vermittlung überzeugender Equity Stories sowie auf der verständlichen Erklärung komplexer Technologien für breite Anlegergruppen.

**Markus Sönning** ist Product Manager Social Intranet bei der Mercedes-Benz AG, Stuttgart. Er studierte Medieninformatik an der Hochschule der Medien in Stuttgart und „Enterprise Architecture Management“ über ein Euro CIO Programm. Seit 2009 ist er bei Mercedes-Benz tätig, zunächst im Bereich Digitaler Arbeitsplatz und „Employee Experience“, später in Leitungsfunktion im Bereich User Experience / Human Centered Design. Seit 2022 verantwortet er die digitalen Plattformen zur internen Unternehmenskommunikation.

**Prof. Dr. Anja Spilski** ist Professorin für Marketingkommunikation und Marketing an der Hochschule Pforzheim. Sie studierte Betriebswirtschaftslehre an der Europa-Universität Viadrina in Frankfurt (Oder), promovierte und habilitierte sich an der Universität des Saarlandes, Saarbrücken. Sie leitet die Fachgruppe „Konsumentenforschung und Market Insights“ am VUNK – Institut für Verbraucherforschung und nachhaltigen Konsum an der Hochschule Pforzheim.

**Katharina Steuckart** ist Expertin für Corporate Communications bei MediaMarktSaturn und verantwortet die interne sowie externe Strategiekommunikation. Sie fördert gezielt Storytelling und Community Building, um interne Unternehmensbotschaften auf kreative Weise digital wie analog wirksam zu verankern. In ihrer Rolle betreut sie bereichsübergreifende Kommunikationsinitiativen und engagiert sich insbesondere in den Bereichen AI und Eigenmarken-Kommunikation auf internationaler Ebene.

**Moritz Strobel** ist Manager Employer Communications beim internationalen Technologiekonzern Körber. In seiner Position verantwortet er verschiedene Aufgaben der internen und historischen Kommunikation einschließlich des historischen Archivs. Darüber hinaus ist er einer der Leiter des Arbeitskreises History Communication der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG). Moritz Strobel studierte Geschichte und Betriebswirtschaftslehre an der Universität Mannheim.

**Sören Voth** ist Data Scientist bei FGS Global in Berlin mit Schwerpunkt auf Natural Language Processing und KI-Produktentwicklung. Er verfügt über einen akademischen Hintergrund in Economics (M.Sc.) mit Spezialisierung auf Wirtschaftsinformatik von der Universität Bayreuth.

**Philipp Dalmolin** is Head of Digital Marketing at Mammut Sports Group AG, where he leads global strategy and execution across digital channels as well as consumer lifecycle marketing. With a background in data-driven marketing for global brands and on the agency side, he focuses on building impactful activations across the digital ecosystem and throughout the customer lifecycle, strengthening Mammut’s global brand relevance while driving measurable business outcomes.

**Dr. Carmen Beatriz Fernández** holds a PhD in Public Communication from the University of Navarra. An urban planner by training (USB), she also earned a Master's degree in Business Administration from IESA and a Master's degree in Electoral Campaigns from the University of Florida. She is CEO of DatastrategIA Consulting and a founding partner of OCPLA, the Latin American Organization of Political Consultants. In addition, she teaches Political Communication at the University of Navarra in Spain and at IESA in Venezuela, as well as Campaigning and Narrative Communication at Pforzheim University.

**Prof. Dr. Nadine Lindstädt-Dreusicke** is Professor of Media Management and Marketing at the Business School at Pforzheim University. She studied Business Administration/ Marketing at Pforzheim University and completed her PhD at the University of Southern Denmark in the field of Media Management and Media Economics. Nadine Lindstädt-Dreusicke researches and publishes in the field of media and marketing with a particular research focus on digital business models such as video on demand, podcasts and recommender systems.

**Prof. Dr. Yasmin Merz** is Professor of Digital Marketing and Digital Media at the Business School of Pforzheim University. She studied Philology at the University of Mannheim and earned her doctorate (Dr. rer. pol.) in Economics at the Karlsruhe Institute of Technology (KIT). Her research and publications focus on two main areas with distinct emphases: in Digital Marketing, her work centers on social media marketing and the use of artificial intelligence in marketing; in Digital Media, she focuses particularly on video-on-demand (VoD) and podcasts.

**Dr. Beatriz Nieto-Fernandez** is an assistant professor of organizational communication at Florida Atlantic University (United States). As a qualitative scholar, her research centers on the intersection between media and organizations, examining corporate discourses employed by direct-to-consumer genetic testing organizations.

**Prof. Dr. Swaran Sandhu** has been a professor of corporate communications with a focus on public relations at the Stuttgart Media University since 2012. He studied communication science at the University of Hohenheim, Germany, and public relations at Syracuse University (United States of America). He earned his Ph.D. on legitimacy and PR from the Universities of Hohenheim and the University of Lucerne (Switzerland). His areas of research and teaching include strategic communication, social network analysis, and organizational communication.

**Dr. Frederic Vuillermin** works as Manager International PR at ZEISS Vision Care. His career so far includes positions in corporate communications, marketing, and branding at international communications agencies as well as in a family-owned company. Frederic Vuillermin holds a doctorate from the University of Hohenheim, Stuttgart, on the topic of issues management in internal communications. He serves as visiting lecturer at Pforzheim University.