



# UNIVERSITÄT LEIPZIG

Institut für Kommunikations-  
und Medienwissenschaft

Institut für Kommunikations-  
und Medienwissenschaft  
**Lehrstuhl für  
Strategische Kommunikation**  
Univ.-Prof. Dr. Ansgar Zerfaß



AKADEMISCHE GESELLSCHAFT  
FÜR UNTERNEHMENSFÜHRUNG & KOMMUNIKATION  
Eine Initiative der Günter-Thiele-Stiftung

**SIEMENS**

Sekretariat:  
Cornelia Böhlend  
Telefon +49 341 97 35040  
stratkomm@uni-leipzig.de

21. August 2024

## LEHRVERANSTALTUNG WINTERSEMESTER 2024 MASTER COMMUNICATION MANAGEMENT

### MODUL 06-005-557 FORSCHUNGSMODUL I: STRATEGISCHE KOMMUNIKATION

#### Forschungs- und Transferprojekt Strategische Kommunikation (PS)

#### KI-Kompetenzen für das Kommunikationsmanagement: Entwicklung eines AI-Literacy-Tests für die Unternehmenskommunikation/PR

Dozenten: Prof. Dr. Ansgar Zerfaß & Jana Brockhaus, M.A.

Partner: Akademische Gesellschaft für Unternehmensführung & Kommunikation  
(Karen Berger); Siemens AG (Alessia Groß, Nicole Weckwerth, Dr. Anna-Lisa Becher)

#### Termine

Dienstag, 13:15–16:45h, Nikolaistr. 27–29, Seminarraum 4.21, Beginn: 15.10.2024

Auftaktworkshop: Donnerstag, 10.10.2024, 09:00–15:00 Uhr, Siemens AG, Werner-  
von-Siemens-Straße 1, 80333 München \*

Interne Ergebnispräsentation: Dienstag, 04.02.2025, 15:15–18:30 Uhr, HS 16

Externe Ergebnispräsentation: t.b.a. im März 2025

\* Gemeinsame Anreise ab Leipzig am Vortag 09.10., Rückreise am 10.10.

Einreichtermin für Projektarbeiten: 07.03.2025

#### Thema und Zielsetzung

Das Ziel des Projekts ist die Entwicklung und Validierung eines praxistauglichen AI-Kompetenztests für Kommunikationsprofis, mit dem Entwicklungsbedarfe identifiziert, Qualifikationserfolge nachgewiesen und/oder Reifegrade auf individueller Ebene oder für Kommunikationsteams belegt werden können. Damit wird das im *Communications Trend Radar 2024* (Stieglitz et al., 2024) identifizierte Zukunftsthema „AI Literacy“ vertieft und für Kommunikationsabteilungen handhabbar gemacht.

Digitale Technologien und Big Data eröffnen vielfältige Chancen für die Kommunikation von Unternehmen und anderen Organisationen (Gregory, 2022; Gregory et al., 2023; Half & Gregory, 2023; Luoma-aho & Badham, 2023; Wiencierz & Röttger, 2017; Wiesenberg et al., 2017), beispielsweise durch den Einsatz von CommTech (A. W. Page Society, 2021;

Universität Leipzig  
Institut für Kommunikations-  
und Medienwissenschaft  
Lehrstuhl für  
Strategische Kommunikation  
04081 Leipzig

Besucheradresse:  
Nikolaistraße 27-29  
04109 Leipzig

Für Pakete und Expresssendungen:  
Ritterstraße 24, IPF 165153  
04109 Leipzig

Telefon  
+49 341 97-35040

Fax  
+49 341 97-35049

E-Mail  
zerfass@uni-leipzig.de  
jana.brockhaus@uni-leipzig.de

Web  
www.communicationmanagement.de

Brockhaus et al., 2023; Zerfass & Brockhaus, 2023). Die Forschung zur Einführung von Software und Services in Kommunikationsabteilungen zeigt jedoch, dass mangelnde Kompetenzen in den Teams eine große Hürde darstellen und die Transformation erschweren (Zerfass et al., 2022). Europaweit mangelt es 51 Prozent der Kommunikatoren an Fähigkeiten beim Umgang mit Daten und 44 Prozent an technologischen Skills (Zerfass et al., 2020b, S. 87). Die *Kompetenzentwicklung* für die Unternehmenskommunikation (Kiesenbauer, 2022; Lee & Meng, 2021; Tench et al., 2017) ist deshalb ein grundlegender strategischer Hebel für die digitale Transformation von Kommunikationsabteilungen.

Das gilt insbesondere für den Einsatz *künstlicher Intelligenz (KI) bzw. Artificial Intelligence (AI)* zur Steuerung und Umsetzung der Unternehmenskommunikation (Buhmann & Gregory, 2023; Gregory et al., 2023; Smith & Waddington, 2023; Wiesenberg et al., 2017; Zerfass et al., 2020a). Viele Kommunikationsprofis haben in den letzten Monaten privat oder beruflich erste Erfahrungen mit AI-gestützter Software gesammelt – beispielsweise bei Übersetzungen und Transkriptionen, bei der Auswertung von Monitoring-Daten oder bei Pilotprojekten von Kommunikationsabteilungen mit generativen AI-Anwendungen wie ChatGPT, Midjourney oder Microsoft Copilot. Das Kompetenzniveau in der Profession ist jedoch sehr unterschiedlich. Eine schnelle Angleichung ist aufgrund unterschiedlicher individueller Vorkenntnisse bzw. Motivationen und organisatorischer Anforderungen nicht zu erwarten. Umso wichtiger ist eine systematische und auf unterschiedliche Rollen zugeschnittene Entwicklung von AI-Kompetenzen für das Kommunikationsmanagement. Die Diskussion hierzu steht international noch ganz am Anfang. Wissenschaft und Praxis befassen sich nur idealtypisch mit möglichen Veränderungen verschiedener Kompetenzbereiche durch KI-Anwendungen (Gregory et al., 2023; Valin, 2018), gehen jedoch nicht unterschiedliche Aufgabenzuschnitte und Rollenprofile ein.

Ein zentraler Ansatzpunkt für Kommunikationsabteilungen ist deshalb die *Entwicklung einer grundlegenden KI-Kompetenz (AI Literacy) bei allen Kommunikatoren*, die in weiteren Schritten rollenspezifisch ausdifferenziert und in Schulungsprogramme integriert werden kann. Der Communications Trend Radar 2024 (Stieglitz et al., 2024) hat dies als eine der zentralen Herausforderungen für die Unternehmenskommunikation in der nahen Zukunft identifiziert. AI Literacy umfasst kognitive, affektive und soziokulturelle Dimensionen (Kong et al., 2023) und kann definiert werden als „a set of competencies that enables individuals to critically evaluate AI technologies; communicate and collaborate effectively with AI; and use AI as a tool“ (Long & Magerko, 2020, S. 2). Dabei geht es beispielsweise um Fragen wie: Was ist KI? Was kann KI derzeit tun (und nicht tun)? Wie funktionieren bestimmte KI-Anwendungen? Welche Auswirkungen hat der Einsatz von KI-basierten Technologien?

*AI-Kompetenztests* zur Messung und Beurteilung der AI-Kompetenz von Kommunikationsprofis, mit denen Entwicklungsbedarfe identifiziert, Qualifikationserfolge belegt und der Reifegrad bzw. die Zukunftsfähigkeit von Kommunikationsteams nachgewiesen werden kann, gibt es weltweit noch nicht. In anderen Disziplinen wird dagegen schon seit geraumer Zeit an Erhebungsinstrumenten für AI Literacy gearbeitet (bspw. Laupicher et al., 2023; Schüller et al., 2023; Soto-Sanfiel et al., 2024; Wang et al., 2022). Dabei werden entweder Perzeptionen der Befragten in verschiedenen Dimensionen (bspw. hinsichtlich des technologischen Verständnisses, der kritischen Einordnung oder der praktischen Anwendung von AI) oder konkretes Wissen (anhand von Aussagen zu AI-Anwendungen) erhoben (Stieglitz et al., 2024, S. 19–20).

Im Mittelpunkt des Forschungsprojekts steht deshalb die *Entwicklung und Validierung eines praxistauglichen AI-Kompetenztests für Kommunikatoren*. Im Gegensatz zu allgemeinen Erhebungsinstrumenten zur AI Literacy soll dieser sowohl inhaltlich (bspw. bei der Beschreibung der Kompetenzdimensionen oder Wissensbereiche) als auch personenbezogen (bspw. durch die Erfassung dominanter Aufgabenbereiche und Expertise-stufen der Kommunikatoren als unabhängige Variablen) an die Besonderheiten des Kommunikationsmanagements angepasst werden. Der AI-Kompetenztests ist soweit auszuarbeiten, dass er im Idealfall nach dem Projektabschluss als Online-Anwendung programmiert und öffentlich zur Verfügung gestellt werden kann. Das soll sowohl eine individuelle Nutzung im Berufsfeld als auch den Einsatz durch Kommunikationsabteilungen und firmenspezifische Adaptionen ermöglichen. Damit wird ein Beitrag zur Zukunftsfähigkeit der Profession geleistet.

## **Methode**

Das Seminar beginnt mit einem Workshop am 10. Oktober 2024 in München im Headquarter der Siemens AG, bei dem uns Lynette Jackson (Chief Communications Officer) und Caterina Taeger (Head of Operational Excellence) und die Projektleiterinnen Alessia Groß, Nicole Weckwerth, Dr. Anna-Lisa Becher (Functional and People Excellence) einen Einblick in die Kommunikationsarbeit des Konzerns, ausgewählte AI-Projekte in der Unternehmenskommunikation sowie die Kompetenzentwicklung für die rund 1.400 Kommunikatoren des bekanntesten deutschen Technologieunternehmens vermitteln werden. Anschließend wird das Forschungsprojekt gemeinsam mit den Experten von Siemens und der Akademischen Gesellschaft für Unternehmensführung & Kommunikation diskutiert, um Ziele zu konkretisieren und Praxiserwartungen zu klären. Nach dem Lunch werden wir mehr über die Welt von Siemens erfahren – lassen Sie sich überraschen!

Zur Bearbeitung ist ein Mehrmethodendesign vorgesehen. Im *theoretisch-konzeptionellen Teil* geht es um eine Auswertung der internationalen Fachliteratur zu AI-Literacy und vorliegender AI-Kompetenztests. Durch die Kombination mit grundlegenden Konzepten des Kommunikationsmanagements und der Kompetenzentwicklung soll ein Erhebungsinstrument entwickelt werden. Dieses wird im *empirischen Teil* in deutscher und englischer Sprache mit einer professionellen Umfragesoftware (Questback/Unipark) als Online-Test programmiert und in der internationalen Kommunikatoren-Community von Siemens und/oder in der deutschen PR-Profession auf freiwilliger und anonymisierter Basis evaluiert. Im Nachgang zur Auswertung wird die finale Version erstellt. Im abschließenden *Transferteil* sollen Szenarien für den Einsatz des AI-Tests in der Profession und in der Kompetenzentwicklung von Kommunikationsabteilungen ausgearbeitet werden.

Die Ergebnisse werden abschließend mit den Sparringspartnern von Siemens und der Akademischen Gesellschaft diskutiert und später in geeigneter Weise allen in dem Kreis engagierten Unternehmen vorgestellt und branchenöffentlich zugänglich gemacht. Eine Praxispublikation ist vorgesehen. Ggf. können einzelne Studierende anschließend auch an einer wiss. Journal-Publikation zum Thema mitarbeiten (freiwillig).

## Partner

Die Akademische Gesellschaft für Unternehmensführung & Kommunikation ist Europas führender Thinktank für strategische Kommunikation ([www.akademische-gesellschaft.com](http://www.akademische-gesellschaft.com)). Seit 2010 verfolgt die gemeinnützige Initiative das Ziel, die Unternehmenskommunikation weiter zu professionalisieren. Dazu dienen Forschungsprojekte zu aktuellen Herausforderungen von Kommunikationsabteilungen in international tätigen Unternehmen, der Transfer zwischen Wissenschaft und die Praxis und der persönliche Austausch in einem Netzwerk von Vordenkern aus beiden Bereichen. Forschungsergebnisse werden in der Regel in Englisch publiziert und bieten „food for thought“ zu Zukunftsthemen und zu aktuellen Herausforderungen für die Leitungsebene und Mitarbeitende. Aktuell wird der Thinktank von rund 50 Partnerunternehmen im deutschsprachigen Raum und vier Universitäten (Leipzig, Potsdam, Münster und Wien) unterstützt.

Die Siemens AG ([www.siemens.com](http://www.siemens.com)) gilt als Vorreiter beim Kompetenzmanagement für die Unternehmenskommunikation. Um den rund 1.400 weltweit agierenden Kommunikatoren des Konzerns die Möglichkeit zu geben, sich individuell und basierend auf ihren eigenen Fähigkeiten weiterbilden zu können, wurde 2024 ein Skills-basiertes Lernen auf der Basis verschiedener Rollenprofile eingeführt. Das bildet den aktuellen Stand der Fähigkeiten ab, die heute benötigt werden. Durch die gerade beginnende Etablierung von AI-gestützten Anwendungen im Arbeitsalltag der Kommunikatoren gilt es, künftig alle Kompetenzen um entsprechende Dimensionen zu erweitern und auch hierbei an den individuellen Vorkenntnissen aller Beteiligten anzusetzen.

## Einordnung und Leistungsnachweis

Die Teilnehmerzahl ist auf zehn Studierende begrenzt. Als Prüfungsleistung wird ein Projektbericht als Gruppenleistung erstellt (Gewichtung: Faktor 2), der folgende Teile umfasst:

- a) Ergebnisbericht (Beschreibung der Ausgangslage, Theorie und Methode, Ergebnisse mit Handlungsempfehlungen; max. 80 Seiten zzgl. Anhang, Instrumente und Transkripte) sowie Projektdokumentation und -reflexion (Beschreibung von Zielstellung und Projektverlauf, Angaben zu den Bearbeitern der Teile, Selbständigkeitserklärung; max. 10 Seiten), zzgl. Anhang; deutsch.
- b) Chartbericht als Aufbereitung für die Praxis (max. 30 Seiten); englisch.

Alle Teile sind in einem Band gedruckt in vierfacher Ausfertigung im Sekretariat bis 7. März 2025 einzureichen (2 x für die Dozenten und Gutachter, 2 x für die Projektpartner). Zudem ist der Projektbericht (in einem PDF, analog zur Druckversion sowie als offene bearbeitbare Dateiformate) digital an die Dozenten zu übermitteln.

Hinzu kommen individuelle Leistungen während der Projektdurchführung (Gewichtung: Faktor 1).

## Literatur

- Arthur W. Page Society (2021). *CommTech quickstart guide*. <https://page.org/knowledge-base/commtech-quickstart-guide/>
- Brockhaus, J., Buhmann, A., & Zerfass, A. (2023). Digitalization in corporate communications: understanding the emergence and consequences of CommTech and digital infrastructure. *Corporate Communications – An International Journal*, 28(2), 274–292.
- Buhmann, A., & Gregory, A. (2023). Digital corporate communication and artificial intelligence and future roles. In V. Luoma-aho & M. Badham (Eds.), *Handbook of digital corporate communication* (pp. 281–296). Edward Elgar.

- Gregory, A. (2022). Artificial intelligence, big data and all change. In J. Falkheimer & M. Heide (Eds.), *Research handbook on strategic communication* (pp. 209–220). Edward Elgar.
- Gregory, A., Valin, J., & Virmani, S. (2023). *Humans needed, more than ever. An analysis of the use of AI in PR and the impact on public relations work* (CIPR Report). Chartered Institute of Public Relations.
- Halff, G., & Gregory, A. (2023). Digital corporate communication and big data. In V. Luoma-aho & M. Badham (Eds.), *Handbook of digital corporate communication* (pp. 371–383). Edward Elgar.
- Kiesenbauer, J. (2018). *Kompetenzmanagement für die Unternehmenskommunikation. Grundlagen der Professionalisierung und Personalentwicklung im Kommunikationsmanagement*. Springer VS.
- Kong, S.-C., Cheung, W. M.-Y., & Tsang, O. (2023). Evaluating an artificial intelligence literacy programme for empowering and developing concepts, literacy and ethical awareness in senior secondary students. *Education and Information Technologies*, 28(4), 4703–4724.
- Laupichler, M. C., Aster, A., Haverkamp, N., & Raupach, T. (2023). Development of the “scale for the assessment of non-experts’ AI literacy” – an exploratory factor analysis. *Computers in Human Behavior Reports*, 12, 100338.
- Lee, J. J., & Meng, J. (2021). Digital competencies in communication management: A conceptual framework of readiness for Industry 4.0 for communication professionals in the workplace. *Journal of Communication Management*, 25(4), 417–436.
- Long, D., & Magerko, B. (2020). What is AI literacy? Competencies and design considerations. In Association for Computing Machinery (Eds.), *Proceedings of the 2020 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (pp. 1–16).
- Luoma-aho, V., & Badham, M. (Eds.). (2023). *Handbook of digital corporate communication*. Edward Elgar.
- Schüller, K., Rampelt, F., Koch, H., & Schleiss, J. (2023). Better ready than just aware: Data and AI Literacy as an enabler for informed decision making in the data age. In Gesellschaft für Informatik (Ed.), *Proceedings of Informatik 2023 – Designing Futures*. DOI: 10.18420/inf2023\_49.
- Smith, A. B., & Waddington, S. (2023). *Artificial Intelligence (AI) tools and the impact on public relations (PR) practice* (CIPR Report). Chartered Institute of Public Relations.
- Soto-Sanfiel, M. T., Angulo-Brunet, A., & Lutz, C. (2024). *The scale of artificial intelligence literacy for all (SAIL4ALL): A tool for assessing knowledge on artificial intelligence in all adult populations and settings*. <https://doi.org/10.31235/osf.io/bvyku>
- Stieglitz, S., Zeffass, A., Wloka, M., & Clausen, S. (2023). *Communications Trend Radar 2024. Information inflation, AI literacy, workforce shift, content integrity & decoding humans* (Communication Insights, Issue 20). Academic Society for Management & Communication.
- Tench, R., Verčič, D., Zeffass, A., Moreno, A., & Verhoeven, P. (2017). *Communication excellence – How to develop, manage and lead exceptional communications*. Palgrave Macmillan.
- Valin, J. (2018). *Humans still needed: An analysis of skills and tools in public relations* (CIPR Report). Chartered Institute of Public Relations.
- Wang, B., Rau, P.-L. P., & Yuan, T. (2023). Measuring user competence in using artificial intelligence: validity and reliability of artificial intelligence literacy scale. *Behaviour and Information Technology*, 42(9), 1324–1337.
- Wiencierz, C., & Röttger, U. (2017). The use of big data in corporate communication. *Corporate Communications: An International Journal*, 22(3), 258–272.
- Wiesenberg, M., Zeffass, A., & Moreno, A. (2017). Big data and automation in strategic communication. *International Journal of Strategic Communication*, 11(2), 95–114.
- Zeffass, A., & Brockhaus, J. (2023). Digital corporate communication and the digital transformation of communication functions and organizations. In V. Luoma-aho & M. Badham (Eds.), *Handbook on digital corporate communication* (pp. 238–252). Edward Elgar.
- Zeffass, A., Hagelstein, J., & Tench, R. (2020a). Artificial intelligence in communication management: A cross-national study on adoption and knowledge, impact, challenges, and risks. *Journal of Communication Management*, 24(4), 377–389.
- Zeffass, A., Verhoeven, P., Moreno, A., Tench, R., & Verčič, D. (2020b). *European Communication Monitor 2020. Ethical challenges, gender issues, cyber security, and competence gaps in strategic communication. Results of survey in 44 countries*. EUPRERA/EACD.
- Zeffass, A., Moreno, A., Tench, R., Verčič, D., & Buhmann, A. (2022). *European Communication Monitor 2022. Exploring diversity and empathic leadership, CommTech and consulting in communications. Results of a survey in 43 countries*. EUPRERA/EACD.