

KEYNOTE

Status der KI in der internen Kommunikation

Carsten Rossi • Kammann Rossi

Sophia Ginter • SCM/beyond

ENGAGE! • 23. September 2026

Agenda

01

VISION

Wie KI die interne Kommunikation verändern könnte

Befragungsdaten, Stimmen der Tarifbeschäftigten, Themenräume als neues Paradigma

02

STATUS

Wo steht die IK-Community heute?

Ergebnisse einer aktuellen Befragung zu KI-Strategie und -Einsatz

03

FAZIT

Was ist zu tun?

Zwei Tracks: Funktionen liefern und die Rolle der IK neu definieren

TEIL 1 • VISION

Wie KI die interne Kommunikation verändern könnte

Der Wirkungsgap der IK ist real.

Was rund 6.000 Mitarbeitende eines Industriekonzerns über ihre interne Kommunikation sagen

Zustimmung in Prozent, Tarifbeschäftigte vs. Top-Management



Quelle: Internationale Mitarbeiterbefragung eines Industriekonzerns, 2026, n ≈ 6.000, sechs Regionen. Anteil Zustimmung (Top-2). Tarifbeschäftigte (n ≈ 1.850) = alle Ebenen unterhalb des Managements, Top-Management = die beiden obersten Führungsebenen. Zur Anonymisierung sind alle Fallzahlen verändert, die Prozentwerte nicht.

Wie sich das von unten anhört. Stimmen der Tarifbeschäftigten.

„So much corporate jargon and bla bla bla. Very little of it affects me. I'm both overwhelmed by the content quantity and underwhelmed by its relevance.“

— Tarifbeschäftigte:r, Deutschland (gekürzt)

„Unternehmensstrategien sind mir oft zu abstrakt und ich weiß nicht, was sie genau für meinen Arbeitsalltag bedeuten sollen.“

— Tarifbeschäftigte:r, Deutschland (gekürzt)

„We now have far too many communication channels, and as a result, a lot of relevant information gets lost or not passed on at all on its way to the lowest level.“

— Tarifbeschäftigte:r, Europa

„Oft weiß ich nicht, wo ich welche Info finde oder wer meine Ansprechpartner sind.“

— Tarifbeschäftigte:r, Deutschland

Aber sollte das nicht das Mittelmanagement leisten?

Nein. Denn dessen Stärken sind andere.

WICHTIGSTER KANAL

91 %

der Tarifbeschäftigten nennen die direkte Führungskraft als wichtigen Informationskanal – Platz 1, vor Intranet (88 %), Townhall (84 %) und Info-Mails (83 %).

STÄRKSTER HEBEL

„Insgesamt gut informiert“ – je nachdem, ob die Führungskraft die Hintergründe von Veränderungen erklärt:

93 %

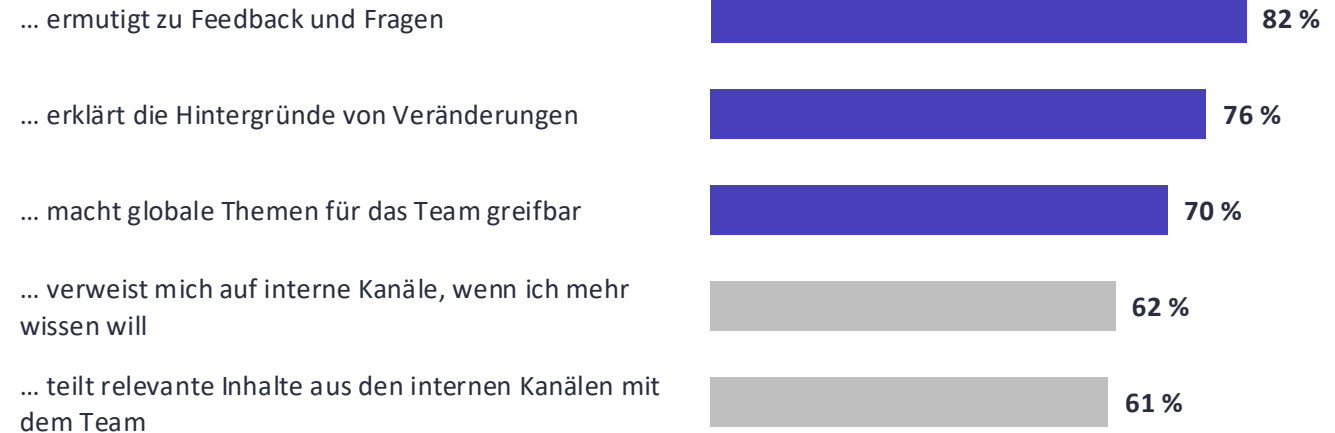
erklärt sie

64 %

erklärt sie nicht

Kein anderer Faktor in der Studie bewegt das Gesamturteil so stark.

„Meine direkte Führungskraft ...“ – Zustimmung Tarifbeschäftigte



Stark im Gespräch, schwach als Verteiler. Die beiden Weiterleitungs-Aufgaben sind die zwei schlechtesten Werte im ganzen Block.

„Wichtige Informationen erreichen meinen direkten Vorgesetzten teilweise nicht oder können aufgrund seiner hohen Auslastung nicht immer zeitnah an das Team weitergegeben werden.“

— Tarifbeschäftigte:r, Deutschland

KI scheint die bessere Lösung zu sein.

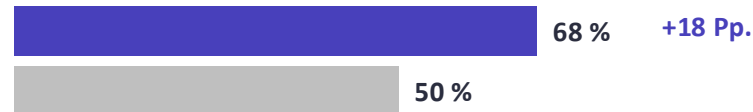
Tarifbeschäftigte, die KI mindestens wöchentlich nutzen, bewerten dieselben vier Aussagen deutlich besser

Zustimmung in Prozent, Tarifbeschäftigte nach KI-Nutzung

■ KI-Nutzer (wöchentlich+)

■ KI-Nichtnutzer

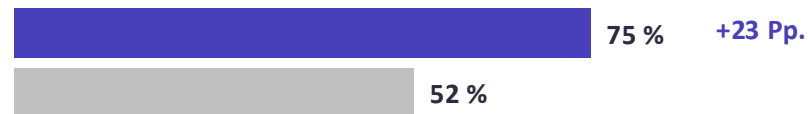
„Die IK hilft mir zu erkennen, welche Themen für meine Arbeit relevant sind“



„Das Informationsangebot passt zu meinem Arbeitsalltag“



„Die Kommunikation der Unternehmensführung ist relevant für meinen Arbeitsalltag“



„Informationen zu finden ist leichter geworden“



KI-nutzende Tarifbeschäftigte erreichen bei der Führungskommunikation fast Management-Niveau (75 % vs. 82 % Top-Management auf dem Vorgänger-Slide).

Quelle: Internationale Mitarbeiterbefragung eines Industriekonzerns, 2026. Tarifbeschäftigte, KI-Nutzung mind. wöchentlich vs. nie. Anteil Zustimmung (Top-2). Ohne Region Nordamerika (dort abweichende KI-Erhebung). Zusammenhang korrelational, keine Kausalität. Zur Anonymisierung sind alle Fallzahlen verändert, die Prozentwerte nicht.

Der Weg zur besseren Wirkung führt über die KI – und anders strukturierten Content.

HEUTE

REDAKTION

Einheit: der Artikel – News, Newsletter, Social Post

Verteilung: Große Auswahl von Kanälen und Formaten

Gestaltung: Formatehandbücher, Styleguides etc.

MORGEN

THEMENRAUM

Einheit: die Antwort auf eine Frage – eine atomare Wissensseite

Verteilung: Rolle, Standort und Sprache als Metadaten. Die Auswahl im System.

Gestaltung: Modellauswahl, System Prompts, Guardrails, Hygiene

DREI ANFORDERUNGEN AN EINEN THEMENRAUM

Atomar statt Artikel

Eine Wissensseinheit beantwortet eine Frage – nicht ein 800-Wörter-Newsbeitrag, in dem die Antwort irgendwo steckt.

Zielgruppenfähig ab Werk

Rolle, Standort und Sprache sollten Metadaten am Inhalt sein.

Für Mensch und Maschine lesbar

Was eine KI nicht sauber abrufen kann, findet auch ein Mensch mit der Suche nicht. Für die KI zu strukturieren heißt, für die Tarifbeschäftigten zu strukturieren.

Quelle: Internationale Mitarbeiterbefragung eines Industriekonzerns, 2026, n ≈ 6.000, sechs Regionen. Anteil Zustimmung (Top -2). Tarifbeschäftigte (n ≈ 1.850) = alle Ebenen unterhalb des Managements, Top-Management = die beiden obersten Führungsebenen. Zur Anonymisierung sind alle Fallzahlen verändert, die Prozentwerte nicht.

Vom Content-Schmied zum Kurator: Die neue Rolle der IK.

GESTERN: CONTENT-SCHMIED

Produziert Artikel, News, Newsletter, Social Posts

Schreibt für alle, hofft auf Relevanz

Verteilt über immer mehr Kanäle

Misst Reichweite und Klicks

Pflegt Styleguides und Formatehandbücher

MORGEN: KURATOR UND GESTALTER VON THEMENRÄUMEN

Strukturiert Wissen atomar – als Antworten auf Fragen

Kuratiert Metadaten: Rolle, Standort, Sprache – das System automatisiert

Macht Inhalte für Mensch und KI abrufbar

Steuert Qualität und Auffindbarkeit

Definiert Modelle, System Prompts und Guardrails

„Das Thema KI finde ich extrem spannend und ich wusste nicht, dass es solche Möglichkeiten in unserem Unternehmen gibt. Vielleicht kann eine KI für mich relevante Informationen filtern und zusammenfassen.“

— Tarifbeschäftigte:r, Deutschland

TEIL 2 • STATUS

Wo steht die IK-Community heute?

Eine KI-Strategie ist verbreitet. Flächendeckende Schulung ist selten.

Gibt es eine interne KI-Strategie?

41,88 %

besitzen eine interne Strategie.

38,46%

erarbeiten diese aktuell.

25,2 %

der Mitarbeitenden wurden umfassend
und übergreifend geschult.

23,48 % erhielten keine umfassende Schulung zum
Einsatz von KI.

32,2 % erhielten Schulungen zu einzelnen KI-
Funktionen.

19,1% führten Schulungen für einzelne Gruppen
durch.

Der übergreifende Einsatz von KI ist noch selten.

Welche Rolle spielen KI-Funktionen in Ihrem Intranet oder in der digitalen Mitarbeiterkommunikation?

25,6 %

nutzen bislang keine KI-Funktionen.

13,6 %

benutzen KI prozessübergreifend.

übergreifende Prozesse, Workflows, Assistenten

13.6%

Produktiver KI-Einsatz

12.0%

Nutzung einzelner Funktionen

37.6%

Pilot- oder Testbetrieb

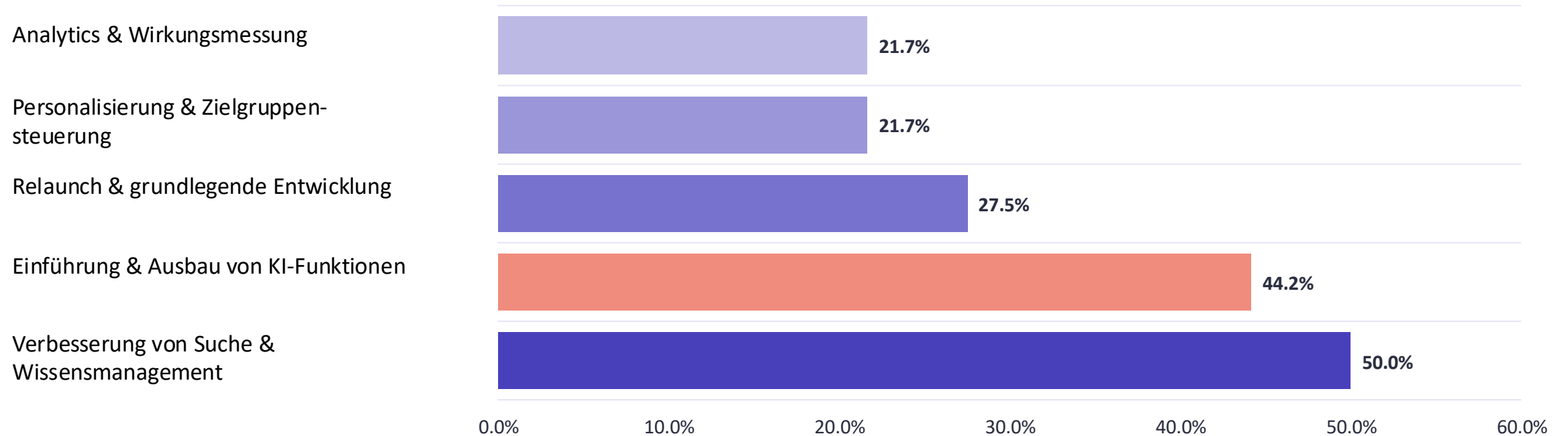
8.0%

Keine KI-Funktion aktiviert

25.6%

0.0% 5.0% 10.0% 15.0% 20.0% 25.0% 30.0% 35.0% 40.0%

Suche, Wissensmanagement und KI prägen die nächsten Schritte.



Wissen mit KI zugänglicher machen.

„Ausrichtung der Inhalte an den User Needs;
Prozesse & Daten neu organisieren, um eine Single Source
of Truth zu haben [...] weg vom Artikel hin zur
Wissensvermittlung und
Problemlösung für die Audience.“

TEIL 3 • FAZIT

Was ist zu tun?

Zwei Tracks, ein Ziel.

TRACK 1 • FUNKTIONEN

KI-Funktionen liefern, die der Erwartungshaltung gerecht werden.

Die Mitarbeitenden erwarten KI-gestützte Suche, personalisierte Informationen und intelligente Zusammenfassungen.

Wer jetzt nicht liefert, verliert Vertrauen – unabhängig davon, wie gut die Strategie ist.

TRACK 2 • ROLLE

Der IK eine neue Charta geben.

Eine Selbstbeschreibung, die über Redaktion und Kanalmanagement hinausgeht.

Mit neuen Funktionen – Wissensarchitektur, Prompt-Design, Guardrails – und einer angepassten Organisationsstruktur.

Beides gleichzeitig. Beide Tracks. Das ist machbar – und es ist nötig.

