

Corporate Influencer Programme 2026: Bedeutung authentischer Mitarbeiterkommunikation wächst

17.04.2026, 10:38 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *AH Akademie für Fortbildung Heidelberg GmbH*



Corporate Influencer Programme entwickeln sich zunehmend zu einem festen Bestandteil moderner Unternehmenskommunikation. Vor dem Hintergrund veränderter Erwartungen an Glaubwürdigkeit und Transparenz gewinnen Mitarbeitende als authentische Stimmen an Relevanz. Unternehmen stehen damit vor der Aufgabe, ein Corporate Influencer Programm aufzubauen, das strategisch fundiert ist und langfristig Wirkung entfaltet. Der Online-Lehrgang „Schritt für Schritt zu einem nachhaltigen Corporate Influencer Programm“ der Akademie Heidelberg greift diese Entwicklung auf und vermittelt praxisnahe Ansätze zur strukturierten Umsetzung.

Neue Anforderungen an authentische Kommunikation

Die externe Kommunikation von Unternehmen befindet sich im Wandel. Klassische Werbeformate verlieren in vielen Zielgruppen an Überzeugungskraft, während persönliche Einblicke und individuelle Perspektiven an Bedeutung gewinnen. Mitarbeitende, die Einblicke in ihren Arbeitsalltag geben, tragen zur glaubwürdigen Positionierung von Unternehmen bei.

Ein Corporate Influencer Programm aufzubauen erfordert jedoch mehr als die Aktivierung einzelner Personen. Notwendig sind klare strategische Zielbilder, abgestimmte Kommunikationsprozesse und eine organisatorische Verankerung im Unternehmen. Auch Themen wie KI-gestützte Auswahlprozesse oder die Definition geeigneter Kennzahlen zur Erfolgsmessung gewinnen in diesem Zusammenhang an Bedeutung.

Herausforderungen in der praktischen Umsetzung

In der Unternehmenspraxis zeigt sich, dass der Aufbau eines Corporate Influencer Programms mit verschiedenen Herausforderungen verbunden ist. Dazu gehört insbesondere die Einbindung zentraler Stakeholder, um Akzeptanz und interne Legitimation sicherzustellen. Führungskräfte, Kommunikationsabteilungen und Interessenvertretungen müssen frühzeitig in die Konzeption eingebunden werden.

Gleichzeitig gilt es, Guidelines zu entwickeln, die Orientierung geben, ohne die Authentizität der Mitarbeitenden einzuschränken. Auch die interne Kommunikation des Programms sowie transparente Auswahlprozesse für geeignete

Corporate Influencer sind entscheidend für den langfristigen Erfolg. Darüber hinaus spielen Trainingsmaßnahmen, kontinuierliche Betreuung und klar definierte KPIs eine wichtige Rolle, um Wirkung und Fortschritt messbar zu machen.

Inhalte des Lehrgangs

Der Lehrgang vermittelt einen strukturierten Ansatz, um ein Corporate Influencer Programm aufzubauen und nachhaltig im Unternehmen zu verankern. Die Inhalte orientieren sich an zentralen Umsetzungsphasen:

- Entwicklung eines strategischen Zielbilds und programmatischer Grundlagen
- Einbindung relevanter Stakeholder und Erstellung von Guidelines
- Konzeption interner Kommunikationsmaßnahmen und Auswahlprozesse
- Training, Folgebetreuung und Erfolgsmessung anhand definierter KPIs

Die vier aufeinander aufbauenden Module verbinden konzeptionelle Grundlagen mit praxisorientierten Lösungsansätzen und typischen Fragestellungen aus der Unternehmenspraxis.

Relevanz für verschiedene Zielgruppen

Das Thema Corporate Influencer Programm aufbauen ist für unterschiedliche Funktionsbereiche relevant. Dazu zählen insbesondere:

Fachkräfte aus Unternehmenskommunikation und Marketing
HR-Verantwortliche und Personalentwickler
Social-Media-Manager sowie Projektverantwortliche
Führungskräfte mit Verantwortung für strategische Kommunikation

Auch im Kontext von Change-Prozessen und organisationsinterner Kommunikation gewinnen Corporate Influencer Programme an Bedeutung, da sie zur Vernetzung und kulturellen Entwicklung beitragen können.

Referentin

Anne Freitag ist Expertin für Corporate Influencing sowie strategische Kommunikation und begleitet Unternehmen bei der Entwicklung und Umsetzung entsprechender Programme. Ihre berufliche Erfahrung umfasst Tätigkeiten in Marketing, Unternehmenskommunikation und Beratung mit Fokus auf organisationsbezogene Veränderungsprozesse.

Termin und weitere Informationen

Der Lehrgang findet am 5., 7., 19. und 21. Mai 2026 jeweils von 10:00 bis 12:00 Uhr als Online-Veranstaltung statt. Weitere Informationen sind auf der Website der Akademie Heidelberg verfügbar: <https://www.akademie-heidelberg.de/termin/schritt-fuer-schritt-zu-einem-nachhaltigen-corporate-influencer-programm>

AH Akademie für Fortbildung Heidelberg GmbH

Maaßstr. 32/1
69123 Heidelberg
Deutschland

www.akademie-heidelberg.de

Portrait

Die AH Akademie für Fortbildung Heidelberg GmbH gehört seit über 25 Jahren zu den etablierten Weiterbildungspartnern für Fach- und Führungskräfte im deutschsprachigen Raum. Das Unternehmen mit Sitz in Heidelberg bietet ein breit gefächertes Programm an Online-Seminaren, Fachkongressen und Workshops, die gezielt auf die Anforderungen der beruflichen Praxis zugeschnitten sind.

Ziel der Akademie ist es, beruflich stark eingebundene Fachkräfte mit topaktuellem, kompakt vermitteltem Fachwissen zu unterstützen – praxisnah, rechtssicher und direkt umsetzbar. Ob gesetzliche Neuerungen, digitale Transformation oder Führungskompetenz: Die Veranstaltungen vermitteln genau das Wissen, das heute im Berufsalltag zählt.

Die AH Akademie arbeitet mit erfahrenen Referent:innen aus Verwaltung, Beratung, Unternehmen und Wissenschaft zusammen und steht für eine klare Ausrichtung auf Qualität, Relevanz und Teilnehmerorientierung. Ein besonderer Fokus liegt auf der Verbindung von fachlicher Tiefe und Praxisbezug – für nachhaltigen Lernerfolg und konkrete Umsetzungsimpulse.

Mit ihrem vielseitigen Weiterbildungsangebot leistet die AH Akademie einen wichtigen Beitrag zur beruflichen Entwicklung und Zukunftssicherheit von Unternehmen und Organisationen.

Pressekontakt

AH Akademie für Fortbildung Heidelberg GmbH
Maaßstr. 32/1
69123 Heidelberg
Deutschland

Nadine Gondro (Projektmanagerin)

n.gondro@akademie-heidelberg.de

www.akademie-heidelberg.de

News-ID: 1309540 • Views: 243 (Stand: 28.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/1309540/Corporate-Influencer-Programme-2026-Bedeutung-authentischer-Mitarbeiterkommunikation-waechst.html>