

Neuorientierung der Kommunikation

Aldo Gnocchi, M.A. HSG

Dozent Digital Marketing & Communications

Leiter der CAS-Programme:

- Content Marketing
- Digital Content Creation und
- AI-Powered Digital Marketing (neu)

14.05.2024





«Neuorientierung der Kommunikation» aus Sicht der FHNW

1

Fachhochschulen stehen vor der Herausforderung

Ihre **Kommunikation** und **Studienprogramme** und **Weiterbildungsangebote** kontinuierlich an die sich **schnell verändernden Anforderungen** in den Bereichen **Marketing** und **Kommunikation** anzupassen.

2

Um wettbewerbsfähig zu bleiben

Müssen wir **frühzeitig Trends erkennen** und unsere **Angebote** entsprechend ausrichten.

3

Dieser Vortrag beleuchtet

Die **zentralen Fragen**, **wohin** sich die **Kommunikationsbranche** entwickelt und welche **Fähigkeiten zukünftige Experten:innen** an der FHNW vermittelt bekommen.



Welche Fähigkeiten sind Ihrer Meinung nach in Zukunft am wichtigsten für Marketing und Kommunikation?



Künstliche
Intelligenz

Data
Analytics

Storytelling

Social Media
Management

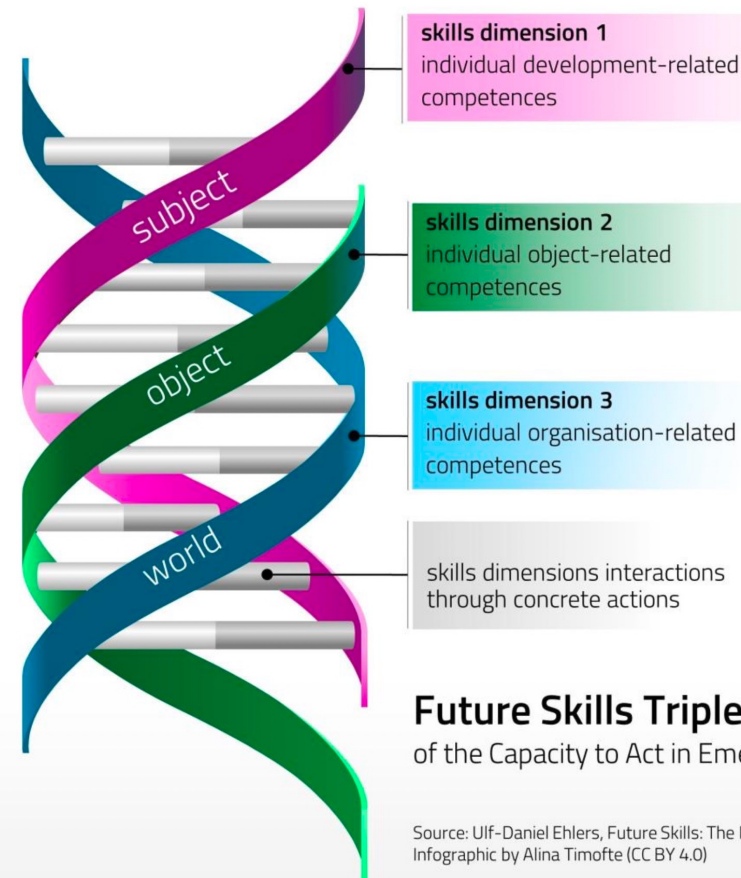
Relevante Future Skills

Triple Helix (Ehlers, 2020)

Triple Helix

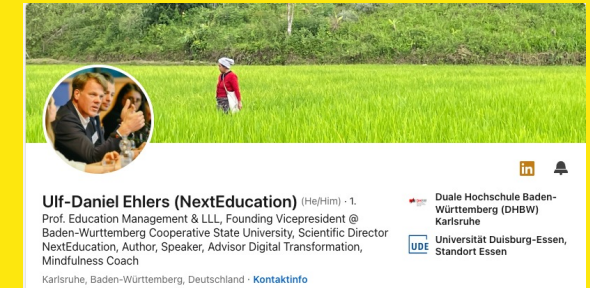
Die **Fähigkeit**, in zukünftig **unbekannten** und hochemergenten **Situationen** in **professionellen** und **privaten Kontexten**, **selbstorganisiert** und erfolgreich **handlungsfähig** zu sein, macht ein **Zusammenwirken** von drei unabhängigen **Kompetenzbereichen** notwendig.

(Ehlers 2020)

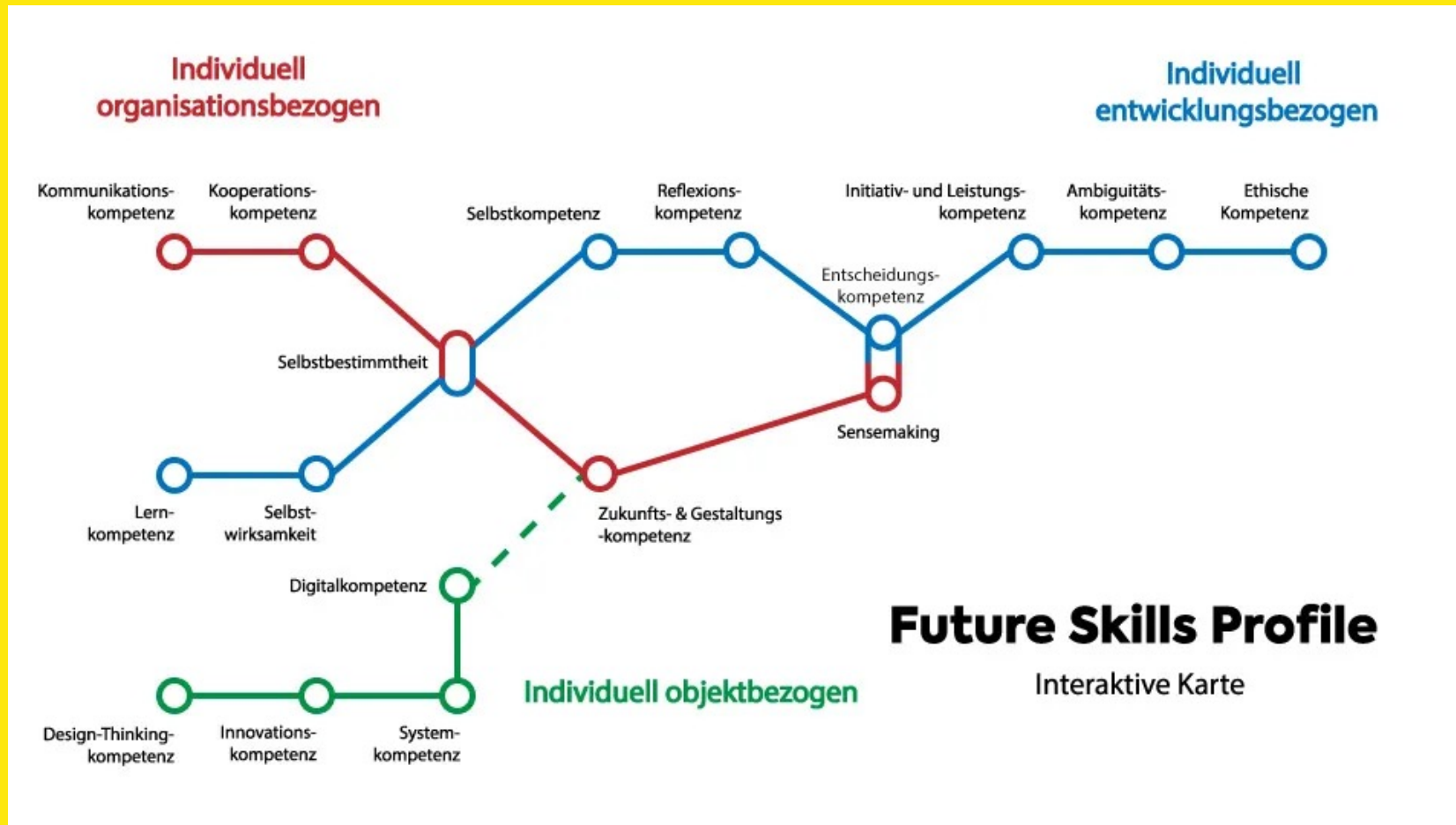


Future Skills Triple Helix Model of the Capacity to Act in Emergent Practical Contexts

Source: Ulf-Daniel Ehlers, Future Skills: The Future of Learning and Higher Education.
Infographic by Alina Timofte (CC BY 4.0)



Future Skills (Meta-Perspektive)



Beispiel für Marketing- und Kommunikationskompetenzen



Subjekt: Marketeers

- **Analytische Fähigkeiten:**
Fähigkeit, Markt- und Kundendaten effektiv zu analysieren, um Einblicke (Insights) zu gewinnen, die die Strategieentwicklung leiten.
- **Kreativität:**
Entwicklung innovativer Kampagnen, die sich von der Konkurrenz abheben.
- **Anpassungsfähigkeit:**
Schnelle Anpassung an neue Technologien und Medienplattformen.



Objekt: Werkzeuge

- **Digital Marketing Tools:**
Beherrschung von Tools wie Google Analytics, CRM-Software und Automatisierungsplattformen.
- **Content Management:**
Effektive Erstellung und Verwaltung von Inhalten über verschiedene Plattformen hinweg.
- **Social Media Strategien:**
Entwickeln und Implementieren von Strategien, die auf spezifische Plattformen und Zielgruppen zugeschnitten sind.



Welt: Organisation

- **Teamführung:**
Koordination und Motivation von Teams, um kohärente und effektive Kampagnen zu entwickeln.
- **Stakeholder-Management:**
Engagement und Kommunikation mit internen und externen Stakeholdern, um Unterstützung für Marketinginitiativen zu gewinnen.
- **Marktverständnis:**
Tiefes Verständnis des Marktumfelds und der Wettbewerbsdynamik, um proaktiv auf Veränderungen reagieren zu können.



Bewerten Sie die folgenden Aussagen zu zukünftigen Fähigkeiten in Marketing und Kommunikation:



Stimme überhaupt nicht zu	Kreativität ist entscheidend für zukünftigen Erfolg	Stimme voll und ganz zu
	Technologische Kompetenz wird immer wichtiger	
	Kundenorientierung sollte im Mittelpunkt stehen	
	Flexibilität und Anpassungsfähigkeit sind unerlässlich	

Relevante Marketing- und Kommunikationstrends



Künstliche Intelligenz und Automatisierung

1

Personalisierte Kundenerlebnisse

Der Einsatz von Künstlicher Intelligenz ermöglicht es, **individuell zugeschnittene Inhalte** und **Interaktionen** für Kunden zu schaffen. **KI-basierte Datenanalyse** und **automatisierte Kommunikation** sind entscheidend, um **massgeschneiderte Erlebnisse** zu bieten.

2

Skalierbare Automatisierung

Unternehmen, die flexible und zuverlässige **Automatisierungsfunktionen** nutzen, können schnell einen **Wettbewerbsvorsprung** erlangen. **Effiziente Prozesse** und **skalierbare Lösungen** sind entscheidend, um mit dem **rasanten Wandel Schritt zu halten**.

3

Zukunftssichere Kommunikation

Die **Integration von KI in Marketingstrategien** wird immer wichtiger. Fachhochschulen müssen ihre Studierenden darauf vorbereiten, diese **Technologien effektiv einzusetzen**, um **wettbewerbsfähige** und **zukunftssichere Kommunikationslösungen** zu entwickeln.



Personalisierung und Kundenerfahrung

Datengetriebene Personalisierung

Konsument:innen erwarten zunehmend **personalisierte Erlebnisse**. Unternehmen müssen in der Lage sein, **massgeschneiderte Inhalte**, **Empfehlungen** und **Kommunikation** auf Basis **individueller Präferenzen** und **Verhaltensweisen** zu liefern.

Fortschrittliche Analysemethoden

Dies erfordert den **Einsatz leistungsfähiger Datenanalytik** und **Segmentierungstechnologien**. Nur so können Unternehmen ein **tiefes Verständnis** ihrer Kunden aufbauen und **relevante, personalisierte Erlebnisse** schaffen.

Kundenzentrierte Kommunikation

Fachhochschulen müssen ihre **Studierenden darauf vorbereiten**, **Kundenbedürfnisse** in den **Mittelpunkt** zu stellen und **Kommunikationsstrategien** zu entwickeln, die auf den **individuellen Präferenzen** der **Zielgruppen** basieren.

Digitale und Omnichannel-Kommunikation

1

Integrierte Sichtweise

Eine **nahtlose Omnichannel-Kommunikation** gewinnt zunehmend an Bedeutung. Unternehmen müssen eine **integrierte Sicht auf alle Kundeninteraktionen** und -kanäle entwickeln, um **konsistente** und **effektive Strategien** umzusetzen.

2

Digitale Plattformen

Dies erfordert den **Einsatz einer Vielzahl digitaler Kanäle** wie **soziale Medien**, **E-Mail**, **mobile Apps** und **Websites**. Nur so können Unternehmen eine **durchgängige Kundenerfahrung** über **alle Touchpoints** hinweg bieten.

3

Zukunftsfähige Kommunikation

Fachhochschulen müssen ihre **Studierenden** **darauf vorbereiten**, **integrierte Omnichannel-Strategien** zu entwickeln und die **Potenziale digitaler Kommunikationskanäle** effektiv zu **nutzen**.





Video Marketing und Kurzform-Inhalte

1

Aufmerksamkeitsstarke Formate

Die **Dominanz** von **Videoinhalten**, insbesondere in **Kurzform**, wird **weiter zunehmen**. Plattformen wie **TikTok** und **YouTube Shorts** ermöglichen es Unternehmen, schnell **grosse Reichweiten** zu erzielen und die **Aufmerksamkeit** der Verbraucher **effektiv** zu **fesseln**.

2

Ansprechendes Storytelling

Um in diesem Umfeld erfolgreich zu sein, müssen **Kommunikations-expert:innen** in der Lage sein, **ansprechendes Storytelling in kompakten Videoformaten** umzusetzen. **Kreativität** und **Verständnis** für die **Zielgruppe** sind hierbei entscheidend.

3

Zukunftsorientierte Kompetenzen

Fachhochschulen müssen ihre **Studierenden** darauf **vorbereiten**, die **Potenziale** von **Kurzform-Inhalten** und Videoinhalten für **Marketingstrategien** zu nutzen und entsprechende **Kompetenzen** zu **vermitteln**.

Nachhaltigkeit und ethisches Marketing

Transparente Kommunikation

Verbraucher legen zunehmend Wert auf die **ethischen Aspekte** einer **Marke**, einschliesslich ihrer **Nachhaltigkeitsbemühungen** und **sozialen Verantwortung**. Unternehmen müssen **transparent kommunizieren**, um das **Vertrauen** und die **Loyalität** der Kund:innen zu gewinnen.

Verantwortungsvolle Strategien

Fachhochschulen müssen ihre Studierenden darauf vorbereiten, **Marketingstrategien** zu entwickeln, die auf **Nachhaltigkeit** und **ethischen Prinzipien** basieren. Nur so können sie den **wachsenden Erwartungen** der Verbraucher:innen gerecht werden.

Zukunftsfähige Kompetenzen

Neben **technischen Fähigkeiten** müssen **Kommunikationsexpert:innen** auch ein **tiefes Verständnis** für **gesellschaftliche Verantwortung** und **Nachhaltigkeit** entwickeln. Diese Kompetenzen werden in Zukunft immer wichtiger.





Datenschutz und Sicherheit



Datenschutz

Mit der **zunehmenden Digitalisierung** steigen auch die **Bedenken** hinsichtlich **Datenschutz**. Unternehmen müssen sicherstellen, dass sie die **Privatsphäre** ihrer **Kund:innen** respektieren und **robuste Sicherheitsmassnahmen** implementieren.



Sicherheit

Neben Datenschutz ist auch **Cybersicherheit** ein zentrales Thema. Kommunikationsexperten müssen in der Lage sein, **Sicherheitsaspekte in ihre Strategien** zu integrieren, um das **Vertrauen** der **Kundschaft** zu gewinnen.



Regulatorische Anforderungen

Unternehmen müssen sicherstellen, dass sie die geltenden **Datenschutzvorschriften** einhalten. Kommunikationsexperten müssen **mit den relevanten Regularien vertraut** sein, um **rechtskonforme Lösungen** zu entwickeln.

Interaktive und immersive Inhalte



Augmented Reality

Der Einsatz von **Technologien** wie **Augmented Reality** ermöglicht es Unternehmen, **interaktive** und **immersive Markenerlebnisse** zu schaffen. **Konsument:innen** können **Produkte** in einem **virtuellen Umfeld erleben**, was z.B. in Bereichen wie **Einzelhandel** und **Immobilien** nützlich sein kann.



Virtual Reality

Virtual Reality-Anwendungen gewinnen an **Bedeutung**, um **Kundinnen** und **Kunden** in eine **vollständig digitale Umgebung einzutauchen**. Diese Technologien ermöglichen es Unternehmen, **innovative** und **fesselnde Erlebnisse** zu bieten, die das **Kundenerlebnis** verbessern und die **Kundenbindung stärken**.



Interaktive Erlebnisse

Fachhochschulen müssen ihre **Studierenden** darauf vorbereiten, die **Potenziale von interaktiven und immersiven Technologien** für **Marketingstrategien** zu nutzen und **entsprechende Kompetenzen** zu vermitteln.



Zukunftsfähige Kompetenzen für Kommunikationsexperten

Technologische Expertise

Communication Professionals der Zukunft müssen über **fundierte Kenntnisse in Bereichen wie Künstliche Intelligenz, Datenanalyse, Automatisierung und digitale Plattformen** verfügen.

Kundenzentriertes Denken

Neben technischen Fähigkeiten ist es **entscheidend**, dass Kommunikationsexpert:innen ein **tiefes Verständnis für Kundenbedürfnisse und – verhaltensweisen** entwickeln.

Ethische Verantwortung

Darüber hinaus ist es für Kommunikationsprofis unerlässlich, ein **Bewusstsein für gesellschaftliche Verantwortung und Nachhaltigkeit** zu entwickeln.

Sie müssen in der Lage sein, **ethische Prinzipien** in ihre Strategien zu integrieren.



Fazit: Zukunftsorientierte Aus-/Weiterbildung an der FHNW

1

Agile Anpassungsfähigkeit

Die FHNW ist sich der **rasanten Veränderungen** in der Kommunikationsbranche **bewusst und passt ihre Studienprogramme kontinuierlich an** (Überarbeitung der Curricula), **entwickelt neue Ausbildungen** (z.B. Bachelor in Business Artificial Intelligence) **sowie Weiterbildungen** (z.B. CAS Digital Content Creation oder CAS AI-Powered Digital Marketing), um Studierende auf die **Herausforderungen der Zukunft** vorzubereiten.

2

Praxisnahe Ausbildung

Die **FHNW** arbeitet **eng mit Unternehmen zusammen** und **vermittelt ihren Studierenden aktuelle, praxisrelevante Kompetenzen**.

Dadurch sind unsere **Absolventinnen und Absolventen bestens vorbereitet**, um erfolgreich in der **Kommunikationsbranche Fuss zu fassen** und **Unternehmen erfolgreich in die Zukunft** zu führen.

3

Zukunftssichere Kompetenzen

Die Studierenden der FHNW erwerben ein **breites Spektrum an Fähigkeiten**, die sie in die Lage versetzen, die **Herausforderungen der Zukunft** zu **meistern** und **innovative Lösungen** zu **entwickeln**.



Let's Connect!



Aldo Gnocchi

15 Years+ Digital Marketing Expert | Lecturer FHNW
University of Applied Sciences Northwestern Switze...



Aldo Gnocchi, M.A. HSG

Dozent Digital Marketing & Communications

Fachhochschule Nordwestschweiz

Hochschule für Wirtschaft

Institute for Competitiveness and Communication ICC

Riggenbachstrasse 16

4600 Olten

T +41 629 57 27 36

M +41 78 943 58 77

aldo.gnocchi@fhnw.ch