

Inhalte machen die Botschaft

CONTENT MARKETING, Storytelling, Social Media: Seit Jahren herrscht in der Marketing- und Kommunikationsbranche um diese Begriffe ein regelrechter Hype. Dies zu Recht, wie die Nachfrage bei Weiterbildungsanbietern belegt. Die Kunst der wirkungsvollen Online-Kommunikation ist begehrt.

VON ROBERT WILDI

■ Wer sich am SAWI in Dübendorf bei Zürich für den «Strategischen Planer», «Mobile Marketing Management» oder andere ähnlich gelagerte Lehrgänge einschreibt, kann in der Regel versichert sein: Themen wie Content Marketing, Storytelling und Social Media werden im Rahmen des vermittelten Stoffs nicht zu kurz kommen.

«Diese heute so wichtigen und fragten Disziplinen sind selbstverständlich Bestandteil in diversen unserer Lehrgänge», bestätigt Sibylle Valeggia, Leiterin SAWI Deutschschweiz. Das Institut führt auch Ausbildungsstandorte in Bern, Biel, Genf, Lausanne und Neuenburg.

Neuer, zweitägiger Einführungskurs Social Media

Gerade rund um die Social Media hat sich das SAWI in der Vergangenheit stark weiterentwickelt, um einer konstant wachsenden Nachfrage gerecht zu werden. Seit Jahren führt das Institut den Lehrgang «Social Media Marketing mit SAWI- und SIMSA-Diplom» durch und ist damit laut Sibylle Valeggia erfolgreich. «Die Nachfrage für dieses Angebot ist erfreulich und wir investieren viel, um es Jahr für Jahr den aktuellsten Marktbedürfnissen anzupassen.»

Die Erfolgsgeschichte des Lehrgangs hat das SAWI nun dazu bewegt, noch einen draufzulegen. Sibylle Valeggia: «Ganz neu bieten

wir ab 2016 zusätzlich einen zweitägigen Einführungskurs Social Media an. Er wird zweimal pro Jahr jeweils im April und September durchgeführt.»

Im neuen Einführungskurs erhalten die Teilnehmenden einen Überblick zum Thema «Kommunikation im Social Web» und können die Theorie gleich in etlichen praxisnahen Beispielen erproben.

Es werden dazu gemeinsam mit den Fachreferenten interaktive Workshops durchgeführt.

«Neben der Theorievermittlung legen wir in diesem Zweitageskurs viel Wert auf die Diskussion mit und die Meinungen der Teilnehmenden», hält Sibylle Valeggia fest. Der Kurs richtet sich an alle Personen, die sich für das Thema Social Media interessieren,



Sibylle Valeggia, SAWI

oder Berufsleute, die in der Praxis ganz konkret mit entsprechenden Aufgaben betraut sind.

Content Marketing und Texten im Web

Der Trend zur Digitalisierung in der Kommunikation treibt selbstredend auch alle anderen Anbieter von Weiterbildung um. «Weil die Nachfrage konsequent steigt, ha-

ben wir bei den entsprechenden Lehrgängen einen weiteren Ausbau vorgenommen», bestätigt etwa André Niedermann, Dozent für digitale Innovation und Online Marketing an der FHNW Fachhochschule Nordwestschweiz. So habe man das Modul «Social Media & Content Marketing» von vier auf acht Tage erweitert und ganz neu mit den Themen Content Marketing, Storytelling und Texten im Web ergänzt.

Denn nicht nur der Kanal ist entscheidend, sondern auch die Botschaft. Bislang bot die FHNW einen 16-tägigen Lehrgang mit einer allgemeinen Weiterbildung im Bereich Digital Marketing an. Niedermann: «Jetzt ist neu auch ein 16-tägiger CAS-Lehrgang mit einer Spezialisierung auf Content Marketing, Storytelling und Social Media dazugekommen.»

Die Nachfrage für genau diese Themen sei zuletzt markant gestiegen. Um alle Interessenten aufnehmen zu können, führe die



Peter Rügger, Marketingakademie KVLU

FHNW verschiedene der neuen Module teilweise sogar dreifach durch, erklärt Niedermann. «Zielpublikum sind in erster Linie

Webredaktoren, Social-Media-Spezialisten, aber auch Werber.»

Spezialisierte Social-Media-Referenten

An der KV Luzern Berufsakademie (KVLU) ist zuletzt für entsprechende Lehrgänge auch der Anteil der Quereinsteiger gestiegen, die sich teils für Privatzwecke (z. B. Mitarbeit in Vereinen) mit Themen wie Social Media, Storytelling oder Content Marketing auseinandergesetzt haben, und dies nun auch beruflich intensiver tun möchten. «Daneben sind es vor allem Mitarbeitende aus KMU, die selbstständig Online-Projekte umsetzen oder in Zusammenarbeit mit einer Online-Agentur Kampagnen aufsetzen möchten», sagt Peter Rüeegger, Leiter der Marketingakademie an der KVLU.

Das Innerschweizer Institut behandelt in seinem Lehrgang «Dipl. Online Marketing Manager/in» alle Facetten des Onlinemarketings sehr intensiv und setzt einen wesentlichen Schwerpunkt auf Social Media. «Die Sozialen Netzwerke sind zudem in allen unseren Marketinglehrgängen, die zu eidgenössischen Fachausweisen oder Diplomen führen, ein es-



Michael Broglin, KV Zürich Business School

senzieller Bestandteil», hält Peter Rüeegger fest. Neben den bewährten Fachdozenten hat die KVLU in den letzten zwei Jahren intensiver

auch ausgewiesene Social-Media-Spezialisten als Referenten ins Boot geholt.

Storytelling nimmt an der KVLU im Lehrgang «PR-Fachleute mit eidg. Fachausweis» eine wichtige Rolle ein. «Die Studierenden lernen sowohl für Printmedien als auch via Social Media Botschaften für die Öffentlichkeit so zu schreiben, dass sie dort auch ankommen», so Rüeegger. Dabei gehe es eher um Unternehmenskommunikation als um das vermarktungsorientierte, werberische Storytelling.

Gefragtes Spezialwissen

Auch die KV Zürich Business School (KVZBS) richtet ihr Angebot immer wieder nach den Bedürfnissen des Marktes aus. Die Nachfrage für Social-Media-Lehr-

gänge sei zwar nach wie vor eher zunehmend, allerdings habe sich die Thementiefe verschoben, sagt Michael Broglin, Leiter Bildungswelt Marketing, Verkauf und Kommunikation. «War es bisher eher Grundlagenwissen, das vermittelt wurde, ist es heute eher Spezialwissen zu verschiedenen Social-Media-Aspekten, das die Teilnehmenden interessiert.» Sehr gefragt seien nach wie vor Weiterbildungen im Bereich Content Marketing. «Dieses Thema hat trotz oder gerade wegen der Social Media nichts an seiner Aktualität verloren», so Broglin.

Die KVZBS deckt die Themenbereiche Content Marketing und Storytelling in den Lehrgängen «Marketingleiter», «Event-Marketing» und «Online-Marketingmanager» recht umfassend ab. Vor allem Social Media und Content

Marketing wurden auch ins neue Seminarprogramm des Instituts aufgenommen, wo die Themen in unterschiedlichen Formen und Intensitäten vermittelt werden. «Wir bieten Ein-, Zwei- oder auch Dreitages-Seminare an, die von kompetenten und erfahrenen Fachkräften aus der Praxis doziert und unterrichtet werden», erklärt Michael Broglin.

Integration in diverse Lehrgänge

An der Fernfachhochschule Schweiz (FFHS) mit Sitz in Brig im Wallis wird der Themenschwerpunkt Social Media im Rahmen des Bachelor-Studiengangs Betriebsökonomie innerhalb des Vertiefungsmoduls «Marketing & Communications» angeboten. Vermittelt werden dabei Inhalte wie Social Media in Unternehmen (Brand Awareness, Brand Loyalty, Empfehlungsmarketing, Social CRM, Investor Relations), Social-Media-Strategien, Social-Media-Kommunikation und Konzepte oder Social-Media-Applikationen.

«In einem Project Case erarbeiten die Studierenden zum Beispiel eine konkrete Social-Media-



Désirée Guntern Kreuzer, FFHS

Strategie», erklärt Désirée Guntern Kreuzer, Departementsleiterin Wirtschaft & Technik an der FFHS. Neben den Social Media seien

«War es bisher eher Grundlagenwissen, das vermittelt wurde, interessiert heute eher Spezialwissen zu verschiedenen Social-Media-Aspekten.»

«Die Sozialen Netzwerke sind in allen unseren Marketinglehrgängen, die zu eidgenössischen Fachausweisen führen, ein essenzieller Bestandteil.»

«Themen wie Customer Experience, E-Marketing, E-Commerce, E-Business und Social Media sind Bestandteil dieser praxisnahen Weiterbildung.»

auch Content Marketing und Storytelling in verschiedenen CAS-Lehrgängen, die das Institut anbietet, durchaus relevante Themen.

Signifikante Zunahme

Am Institut für Kommunikation und Marketing (IKM) der Hochschule Luzern (HSLU) werden Social Media, Content Marketing und Storytelling insbesondere im Rahmen der Lehrgänge «CAS Online Communication and Marketing», «CAS Online Media and Campaign Management» sowie «CAS Brand Journalism and Corporate Storytelling» aufgegriffen sowie geschult. Die Nachfrage für Weiterbildungen

zu diesen Themen habe signifikant zugenommen, sagt Michael Boenigk, Leiter Competence Center Unternehmenskommunikation.

Das gilt auch für die Kalaidos Fachhochschule, wo die Disziplinen vor allem als Bestandteil des Masterstudiengangs «MAS in Strategy & Marketing Management» thematisiert werden. «Absolventen dieses Studiums verfügen unter anderem über umfangreiche Kompetenzen im Umgang mit Herausforderungen wie E-Marketing



Michael Boenigk, HSLU

und E-Commerce», sagt Lisa Heeb vom Marketing.

Als Bestandteil des MAS bietet Kalaidos auch einen «CAS in Marketingmanagement», im Rahmen dessen sich die Studierenden neben strategischen auch mit operativen Fragestellungen auseinandersetzen. Lisa Heeb: «Themen wie Customer Experience, E-Marketing, E-Commerce, E-Business und Social Media sowie Tools zur Wirkungsmessung sind Bestandteil dieser praxisnahen Weiterbildung mit anerkanntem Abschluss.»

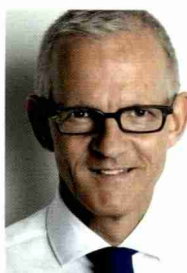
Neuer «CAS Storytelling & (Personal) Branding»

Einen sehr hohen Stellenwert geniessen Social Media, Content Marketing und Storytelling auch an der **HWZ Hochschule für Wirtschaft in Zürich**. Die drei Disziplinen gehören zu den Top-Themen des per Ende August 2016 startenden Studiengangs «CAS Marketing Communications».

Während Content Marketing und Social Media schon länger unterrichtet würden, komme das Storytelling in diesem Jahr neu dazu, erläutert der Studiengangleiter und Markenexperte Stefan Vogler. «Alle drei Themen werden bei uns von erfahrenen Dozierenden aus Lehre und Praxis behandelt und vermittelt.» Es sei mittlerweile so,

dass die Studierenden an diesem Lehrgang den hohen Stellenwert der Online-Themen besonders schätzen und sogar als entscheidendes Auswahlkriterium anführen würden.

Modernstes Wissen zur Platzierung von wirkungsvollen Botschaften über digitale Kanäle erfah-



Stefan Vogler, HWZ

ren Studierende an der **HWZ** auch in themenspezifischen Lehrgängen wie dem «CAS Corporate Content Publisher – Corporate Media», den das Institut in Kooperation mit ihrem Bildungspartner, der Schweizerischen Textakademie, anbietet.

Dazu kommt ein eigenständiges Weiterbildungsangebot zu Social Media, das die **HWZ** infolge der zuletzt stark wachsenden Nachfrage kreiert hat. Der noch junge Lehrgang «CAS Social Media Management» erfreut sich bereits eines hohen Zuspruchs. Nächster Starttermin ist August 2016.

«In diesem Lehrgang lernt man, aus Sicht der integrierten Kommunikation eine Social-Media-Strategie für eine Organisation zu entwickeln, diese zu implementieren, zu überwachen sowie den Kontext, die Chancen und Risiken der sozialen Medien für eine Organisation abzuschätzen», erklärt **Stefan Eggenberger**, Leiter der Weiterbildung Kommunikation an der **HWZ**.

Auch im Bereich Storytelling ist die **HWZ** an einer führenden Rolle in Sachen Weiterbildung interessiert und wird mit Startdatum am 7. Dezember 2016 den ganzen neuen Lehrgang «CAS Storytelling & (Personal) Branding» ins Rennen schicken. «Ein Studiengang, der sich auf die Vernetzung des narrativen Erzählens mit Branding fokussiert», kündigt **Stefan Eggenberger** an. ■