

HW

HAMBURGER WIRTSCHAFT

Cord Wöhlke

Geschäftsführer der
Iwan Budnikowsky
GmbH & Co. KG

LEBENSLANG LERNEN

Mit Aus- und Weiterbildung
gegen den Fachkräftemangel



Fit im Netz: Schulungen zu Online-Marketing

Werbung bei Google, Kommunikation per Facebook: Digitales Marketing ist oft unverzichtbar, doch manchen Betrieben oder Mitarbeitenden fehlt das nötige Know-how. Die HW stellt Hamburger Bildungsträger vor, die das Wissen gezielt und kompakt vermitteln.

Buchtipps

Der Hamburger Unternehmer Sebastian Lugert hat die Lockdown-Zeit genutzt, um ein leicht verständliches Marketingbuch zu schreiben – mit speziellem Augenmerk auf KMU, Selbstständige und Einsteiger:innen: „Marketing mit Plan – In zehn Schritten zum erfolgreichen Marketingkonzept“. E-Book, 4,99 Euro, www.missionwachstum.de

Mit der Corona-Pandemie hat die digitale Transformation mächtig Fahrt aufgenommen: Im ersten Jahr nutzten manche Unternehmen die Zeit für den Relaunch ihrer Website oder das Einrichten eines Online-Shops; inzwischen gilt es vor allem, Kundschaft für die Produkte zu begeistern. Auch dabei sind Online-Marketing und -PR das Mittel der Wahl: „Wir empfehlen insbesondere kleinen und mittleren Unternehmen (KMU), die oftmals keine eigenen PR- oder Marketingabteilungen haben, in die digitale Kommunikation zu investieren. So können sie schnell und effizient mit ihren Kund:innen in Kontakt treten“, sagt Nadja Stavenhagen, Direktorin und Geschäftsführerin der Akademie für Publizistik (AfP) in Hamburg.

Schulungen zum Thema PR und Kommunikation bietet die AfP schon seit den 80er-Jahren an. Früher standen Printmedien und Pressemitteilungen im Zentrum, „heute decken wir die ganze Bandbreite der Kommunikationsplattformen und -formate ab“, erklärt Stavenhagen. Dabei spielt die Digitalisierung eine wichtige Rolle: nicht nur bei der AfP, sondern etwa auch bei der Hamburg Media School (HMS), der SPIEGEL Akademie, den Headstart Studios – und nicht zuletzt den Angeboten des Bildungs-Service der Handelskammer (HKBiS) rund um PR-Konzeption, Social Media Advertising oder Video-Marketing.

Der Schulungsbedarf wächst dabei stetig, auch weil sich das digitale Marketing in den vergangenen Jahren stark professionalisiert hat und die Erwar-

tungen gestiegen sind. Ein Facebook-Account, auf dem nichts passiert, ist fürs Marketing fast wertlos. Die heutigen Zielgruppen sind heterogener und anspruchsvoller als zuvor – und wollen auf Augenhöhe kommunizieren.

Das bedingt größeren Aufwand, und dieser wirkt sich auch auf die Kosten aus: „Digitales Marketing ist teuer geworden, deswegen sollte man sich gerade als KMU fokussieren“, weiß Philipp Westermeyer von OMR. Als Dozent an der Hamburg Media School (HMS) vermittelt er seit Jahren seine geballten Kenntnisse im digitalen Marketing – und produziert seit 2015 dazu Podcasts (siehe Seite 14). Gemeinsam mit den Headstart Studios bietet die von ihm gegründete OMR Academy zudem Grundlagenkurse an, etwa zu LinkedIn- und Instagram-Marketing.

Schulungen gezielt nach Bedarf auswählen Aufgrund der schnellen technologischen Entwicklung ist das Online-Marketing- und PR-Wissen von gestern heute häufig nicht mehr aktuell. Regelmäßige Fortbildung ist deshalb zentral. Doch für die Auswahl entscheidend ist es, sich den konkreten Bedarf bewusst zu machen. Einige Beispiele:

1. Soziale Kanäle: Um sich als Firma zu positionieren und bekannt zu machen, hilft Kommunikation über Social Media. Wichtig ist es aber, die richtige Plattform und Beitragsform zu wählen. Die nötigen Kenntnisse vermitteln zum Beispiel Social-Media-Seminare der AfP oder der OMR Academy. Sie erklären, welche Kanäle wofür geeignet sind, welche →

BILDUNGSTRÄGER

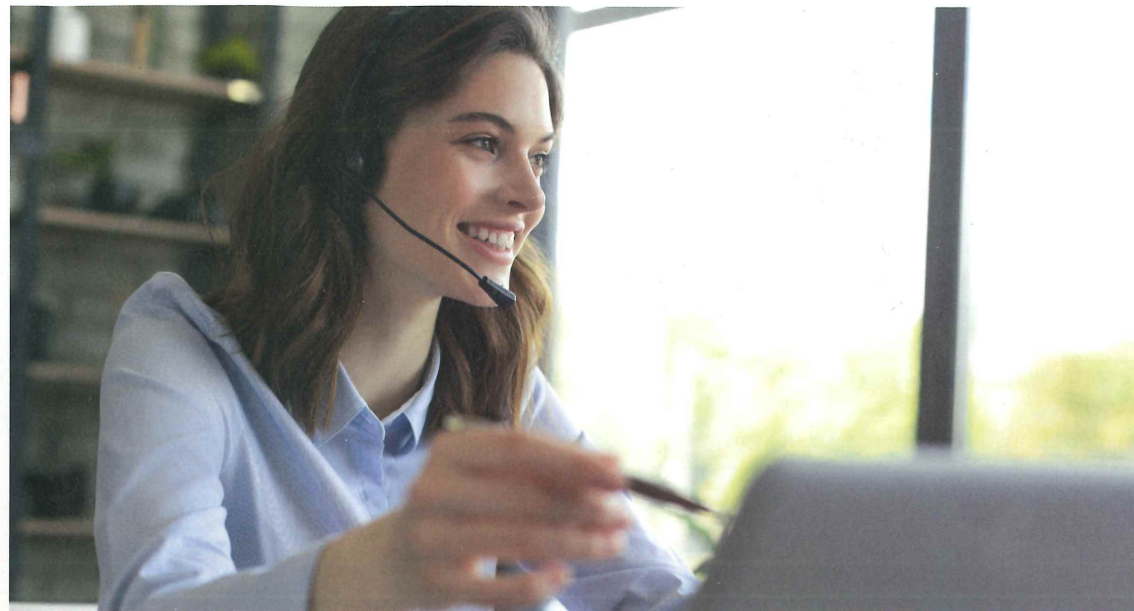


Nadia Stavenhagen, Direktorin und Geschäftsführerin der Akademie für Publizistik



INTERNATIONAL.
INDIVIDUAL.
INSPIRING.

ISM INTERNATIONAL
SCHOOL OF MANAGEMENT
University of Applied Sciences



Beispiele für Kurse

Akademie für Publizistik (AfP): Zertifikatskurs „Content Marketing“, Kurse zu Social-Media-Marketing. www.tlp.de/mkt-afp

Hamburg Media School (HMS): Die Video Academy vermittelt Grundlagen des Video-Marketings. www.tlp.de/mkt-hms

HKBiS: Sechs IHK-Kurse rund um PR, Werbung in sozialen Medien und Schreiben fürs Internet. www.tlp.de/mkt-hkbis

OMR Academy/Headstart Studios: „LinkedIn Marketing-Fundamentals“. www.tlp.de/mkt-omr

SPIEGEL Akademie: „Erfolgreich in den sozialen Medien mit Influencer Management“. www.tlp.de/mkt-spa-im

ZEIT Akademie: „Online Marketing – eine kompakte Einführung“. www.tlp.de/mkt-zaom

Inhalte („Content“ im Marketing-Deutsch) und Formate hohe Interaktionsraten bewirken und wie Betriebe im Netz „sichtbarer“ werden.

2. Mitarbeiterschulung ist zentral für effizientes Online-Marketing. Zum Beispiel im „Zertifikatskurs Content Marketing“ der Akademie für Publizistik: Hier lernen die Teilnehmenden unter anderem, eine zu den Betriebszielen passende Strategie zu entwickeln, Zielgruppen zu identifizieren und auf geeigneten Kanälen anzusprechen.

3. Videos und Hörbeiträge sind ein wirkungsvolles Marketing-Instrument: Podcasts ebenso wie Filme, die Markenaufbau oder Content-Marketing unter-

stützen. Doch die Formate müssen strategisch geplant, produziert und verbreitet werden: Videoclips bei Facebook stellen zum Beispiel andere Anforderungen als Filme bei YouTube. Die Texte müssen professionell gesprochen sein, also ist ein journalistisches Mediensprechtraining erforderlich. Damit die Reichweite wächst, muss auch die Platzierung und Verbreitung der Videos und Podcasts optimal organisiert sein. Die HKBiS und die Hamburg Media School bieten hierfür geballtes Know-how an. Weitere Podcast-Tipps stehen auf Seite 15.

Mit Fortbildung motivieren

Dass die Nachfrage nach Weiter- und Ausbildungsangeboten zu digitalen Themen gestiegen ist, bestätigt auch Ulrike Dobelstein-Lütke von der Hamburg Media School (HMS): „Neben offenen Seminaren und Weiterbildungsangeboten bieten wir individuelle Inhouse-Lösungen an. Diese werden seit letztem Jahr verstärkt von Unternehmen angefragt und genutzt, oftmals auch als Incentives“ – also zur Mitarbeitermotivation.

Bei monatelanger Arbeit im Homeoffice lässt die emotionale Bindung an den Arbeitgeber naturgemäß nach. „Die Unternehmen lassen sich einiges einfallen, um den Kontakt zu ihren Mitarbeitenden zu halten. Das geht auch über gute und qualifizierte Weiterbildungsmaßnahmen“, so die Leiterin des Bereichs Weiterbildung an der HMS.

Trommeln im richtigen Umfeld

Ein weiterer wichtiger Bildungsträger ist die 2018 gegründete SPIEGEL Akademie. „In Kooperation mit der SRH Fernhochschule bietet diese 30 Weiterbil-



Ulrike Dobelstein-Lütke, Leiterin Weiterbildung an der Hamburg Media School



„Insbesondere kleine und mittlere Unternehmen sollten in die digitale Kommunikation investieren, um schnell mit Kund:innen in Kontakt zu treten.“

NADJA STAVENHAGEN



Rieke Gellert, Produktmanagerin SPIEGEL Akademie

dungskurse aus den Themenbereichen Marketing, Kommunikation, Management, Leadership und Tech Business an. Die Kursinhalte qualifizieren Unternehmen und ihre Mitarbeiter:innen für die Herausforderungen der sich schnell verändernden Arbeitswelt“, sagt Manuel Wessinghage, Leiter Verlagsobjekte im Produktmanagement.

Und die Akademie setzt ihr Wissen auch in eigener Sache ein, also um auf das Angebot aufmerksam zu machen: „Dafür nutzen wir vor allem unsere eigenen Werbekanäle der SPIEGEL-Gruppe wie auch der SRH Fernhochschule. Zudem informieren wir mit zielgerichteten Werbeaktivitäten in sozialen Netzwerken wie Facebook und Instagram sowie auf Karriereplattformen über neue Kursangebote“, so Produktmanagerin Rieke Gellert.

Sicher ist jedenfalls: Wer nicht ständig dazu lernt, wird im digitalen Bereich schnell abgehängt.

SANDRA GOETZ
redaktion@hambuer-g-wirtschaft.de



Klassiker aus New York und Paris sowie spannende vegetarische Spezialitäten.

BURGER • STEAKS • SALATE

Große Sonnenterrasse zum Fleet

Große Bleichen 31, Kaufmannshaus, 20354 Hamburg

Online reservieren unter www.atelierf.eu

Tel 040 35 01 52 15

Reguvis

Unsere Zertifikatslehrgänge im Bereich Außenwirtschaft, Zoll und Exportkontrolle



Zollfachwirt/in (brav)®

Exportkontrollfachwirt/in (brav)®

Die Praxis des Zollrechts

AW NEXT Fernlehrgang Manager/in Zoll



Seminare, Webinare, Netzwerk-Veranstaltungen sowie Inhouse- und Beratungsangebote – die Reguvis AKADEMIE ist der Partner in jeder Phase Ihrer beruflichen Entwicklung. Gemeinsam mit unseren Referent:innen garantieren wir Ihnen exzellentes Know-how sowie aktuelle und versierte Lerninhalte.

Bleiben Sie up to date mit unserem Newsletter: www.reguvis.de/newsletter

Alle Fachgebiete und Veranstaltungen unter www.reguvis.de/akademie

www.reguvis.de/akademie | veranstaltungen@reguvis.de | Tel: 0221-97668-8080