

Praxistag 2019

«Digitale Unternehmenskommunikation»

Am vergangenen Freitag, 22. März 2019, fand der Praxistag in den Räumen der FHNW Olten zum Thema «Digitale Unternehmenskommunikation» statt. Die Organisation war ein Kooperationsprojekt der FHNW Olten, der Kanti Olten, des BBZ Olten und des Industrie- und Handelsverein Olten und Umgebung IHVO.

Das Ziel des Organisationskomitees war es für diesen Tag, einen Austausch zwischen Führungskräften von etablierten regionalen Unternehmen und Studierenden und Lernende der beteiligten Institutionen auf die Beine zu stellen. Thematisch standen besonders die Aspekte des E-Recruiting, des E-Branding, die Datensicherheit und die Digitalisierung von wirtschaftlichen Prozessen im Vordergrund. Schwerpunkte also, die heute fast alle und die Jugendlichen in Zukunft sicherlich beschäftigen werden.

Digital in allen Bereichen

In den von den Organisator/-innen souverän moderierten Workshops wurden die Gäste jeweils kurz vorgestellt, bevor diese ihren Arbeitsbereich umrissen. Digitales Denken und eine gewisse Affinität für diese Entwicklungen seien heute eine Grundvoraussetzung, um sich auf dem Arbeitsmarkt zu integrieren. Gerade bei grossen Firmen sei zum Beispiel das E-Recruiting heute Standard, und so sei es entscheidend, eine gut strukturierte, sprachlich einwandfreie Bewerbung einzulegen, um überhaupt eine Chance auf eine

offene Stelle zu haben. Im Bereich des E-Branding sei es heute noch nicht für alle Firmen Pflicht, einen Auftritt im Netz zu pflegen, in Zukunft sei dies aber wohl unumgänglich, um ein erfolgreiches Marketing betreiben zu können. Denn was die jeweilige Zielgruppe wolle, drücke diese oft online aus. Im Bereich des öffentlichen Verkehrs ging es auch um ganz konkrete Fragen: Wie funktioniert die Kommunikation unter autonomen Verkehrsteilnehmern und wie kann es möglich werden, dass selbstfahrende Fahrzeuge auf den Markt kommen?

Schneller und effizienter

Daten- und Informationssicherheit ist es, welche über alle Facetten hinweg die eine grundlegende Wichtigkeit erlangt. Welche Daten müssen von wem wie geschützt sein und wie können diese grossen Ströme wirtschaftlich gewinnbringend eingesetzt werden, Fragen, die alle Referierenden beschäftigen. Im Bereich der Banken geht es längst nicht mehr nur um E-Banking, sondern wie in vielen anderen Branchen auch um die Verknüpfung von Anwendungen, aus denen dann



eine Wertschöpfung erzielt werden kann. Prozesse werden dadurch intern erleichtert und beschleunigt, aber auch für die Kunden von Betrieben entstehen Vorteile, gerade weil vieles ohne Papier und von jedem Smartphone aus erledigt werden kann. Prozesse, Produkte und Beratung können gewinnbringend zusammengeführt werden und helfen sowohl den Firmen als auch den Kunden, den Alltag zu optimieren.

Über alle Workshops hinweg wurden die Fragen der Digitalisierung nicht nur in der Arbeitswelt kritisch hinterfragt. Wie verändert sich der Alltag, wenn man 24 Stunden erreichbar ist und wie ist es möglich, sich selber abzugrenzen? Werden wir in Zukunft zu digitalen Nomaden, da wir immer und überall arbeiten können?

Zum Abschluss des Tages hielt Morena Diaz ein erfrischendes Impulsreferat, in welchem sie die Vor- und Nachteile einer Influencerin, die auch als Primarlehrerin tätig ist, reflektierte. Nach ihren ersten Erfahrungen auf Instagram hatte sie ihren Account wieder gelöscht, um dem Druck der Schönheitsideale nicht mehr ausgesetzt zu sein. Doch sie wollte vor den Problemen nicht weglaufen und eine neue Art des Bloggens und Influencens schaffen: Gegen die Schönheitsideale, den Fitnesswahn und die Essstörungen angehen, gegen den Strom schwimmen, wie sie sagte. Es brauche durchaus Mut, Bilder von normalen Frauen im Bikini zu zeigen, gerade

auch von sich selber, wenn man als Lehrerin eine öffentliche Person sei. Die Gefahr und Herausforderung von Social Media sei für sie eben, dass sie quasi als Blitzableiter herhalten müsse. Mit ihrer Nahbarkeit und authentischen Menschlichkeit ist es ihr bis heute gelungen, über 70'000 Follower zu gewinnen, denn der perfekt glatte Auftritt sei auch bei den Unternehmen nicht mehr gefragt, für die Influencerinnen wie Morena Diaz Werbung machen.

Ein spannender Nachmittag, der von Thomas Vogt als Ressortleiter Bildung auf Seiten des IHVO und dem OK auf die Beine gestellt wurde. Sie ermöglichten den Teilnehmenden einen umfassenden Blick auf die vielen Aspekte der Digitalisierung unserer Lebenswelt. Genau solche Anlässe sind es, welche die Zusammenarbeit von Wirtschaft und Bildung stärken.

