

Medienmitteilung vom 24. Februar 2026

# **Content-Marketing in Zeiten von KI – praxisnahe Ansätze für KMU**

**Wie kleine und mittlere Unternehmen (KMU) mit Content-Marketing ihre Sichtbarkeit erhöhen und gleichzeitig Künstliche Intelligenz (KI) sinnvoll einsetzen können, stand im Zentrum der Veranstaltung «Gewerbe@OST» an der OST – Ostschweizer Fachhochschule. Rund um Fachreferate und Diskussion erhielten die Teilnehmenden konkrete Impulse für die Praxis.**

Prof. Sigrid Hofer-Fischer, Professorin für Marketing am ISM Institut für Strategie und Marketing an der OST, zeigte auf, worin sich Content-Marketing von klassischer Werbung unterscheidet. Während Werbung direkt Produkte oder Dienstleistungen bewirbt, setzt Content-Marketing auf nützliche und relevante Inhalte für klar definierte Zielgruppen. Ziel sei es, Vertrauen aufzubauen und langfristige Kundenbeziehungen zu stärken. Entscheidend sei der Mehrwert der Inhalte – unabhängig davon, ob diese als Blogbeitrag, Newsletter, Video oder Podcast veröffentlicht würden.

## **Analyse mit der Hero-Hub-Hygiene-Matrix**

Eine klare Strategie sei dabei zentral. Unternehmen müssten ihre Zielgruppen genau kennen, deren Informationsbedarf analysieren und Inhalte systematisch planen. Anhand der Hero-Hub-Hygiene-Matrix erläuterte Hofer-Fischer, wie Inhalte strategisch strukturiert werden können: «Hero Content» Sorge für Aufmerksamkeit, «Hub Content» fördere die Bindung und «Hygiene Content» decke konkrete Informationsbedürfnisse ab. Hochwertige Inhalte verbesserten zudem die Auffindbarkeit in Suchmaschinen und stärkten die Position von KMU im Wettbewerb.

## **KI-Inhalte müssen zur Markenidentität passen**

Alexander FÜRER, Geschäftsleiter der Agentur FIVE & RDCL Human Centered AI und Referent an der OST, beleuchtete den Einsatz von KI im Marketing. KI könne Unternehmen bei Markt- und Konkurrenzanalysen unterstützen und die Erstellung von Text-, Bild-, Video- und Audioinhalten erleichtern. Dies spare Zeit und Ressourcen. Gleichzeitig betonte er, dass KI-generierte Inhalte stets zur Markenidentität passen müssten. Eine einheitliche Tonalität und ein klarer Stil seien entscheidend.

Neben der klassischen Suchmaschinenoptimierung gewinne zudem die sogenannte Generative Engine Optimization (GEO) an Bedeutung. Inhalte müssten so aufbereitet sein, dass sie auch in KI-gestützten Suchsystemen sichtbar seien. Strukturierte Inhalte, Frage-Antwort-Formate sowie transparente Angaben zu Autorinnen, Autoren und Quellen könnten die Sichtbarkeit erhöhen.

## **Vorschau: Rechtsfragen im Fokus von «Gewerbe@OST»**

Organisiert wurde «Gewerbe@OST» vom Kompetenzzentrum Wissenstransfer & Innovation (WTT) der OST gemeinsam mit dem städtischen Gewerbeverband. Die Veranstaltung fand am Montagabend in der Aula der OST in St. Gallen statt. Gian Bazzi, Präsident von Gewerbe Stadt St. Gallen, würdigte den Anlass als wichtigen Treffpunkt von Wissenschaft und Wirtschaft. Die Diskussion leitete Claudia Brönimann, Leiterin des Kompetenzzentrums Wissenstransfer & Innovation an der OST.

Die nächste Veranstaltung von «Gewerbe@OST» findet am 20. August 2026 statt. Das Thema ist Recht & KMU, Referent ist Prof. Dr. iur. Roman Schister, Leiter des Kompetenzzentrums für Business Law an der OST.

Für Rückfragen:

- Michael Breu, Kommunikation OST, +41 58 257 44 66, [michael.breu@ost.ch](mailto:michael.breu@ost.ch)