

SDV

## Dialogmarketing im Wandel: Prognosen von Profis

Welche Rolle spielen – neben dem Überthema KI – Trends wie Hyperpersonalisierung und Zero-Party-Daten im Dialogmarketing 2026? Warum werden Empathie, Glaubwürdigkeit und hochwertiger Print wichtiger? Wir haben Dialogmarketing-Expertinnen und –Experten nach ihrer Einschätzung gefragt.

Bilder: zVg



**Regina Urbani, Head of Digital Customer Channels – Swisscom**

«Dialogmarketing der Zukunft ist hochgradig personalisiert, datengetrieben und skalierbar. Relevanter Content entsteht nicht mehr für Zielgruppen, sondern für Individuen. Daten sind dabei der lebensnotwendige Treibstoff – ohne sie bleibt Personalisierung reine Behauptung. Künstliche Intelligenz und Automatisierung sind kein Nice-to-have, sondern Voraussetzung, um diese Komplexität effizient zu beherrschen und nachhaltigen Markterfolg zu sichern.»



**Andreas Hobi, Inhaber und CEO – focus dialog gmbh**

«Dialogmarketing wird stärker denn je durch KI, Automatisierung aber auch Datenschutzbewusstsein und dem Bestreben nach empathischem, glaubwürdigem Dialog geprägt. Wer Technologie und Daten ohne Feingefühl und menschliche Intelligenz nutzt, riskiert Austauschbarkeit und Vertrauensverlust. Zu den wichtigsten Trends dürften 2026 diese zählen: KI generiert nicht nur Inhalte, sondern kann Kontaktpunkte und Zeiten optimieren. Es zählen Daten, die Kunden aktiv und freiwillig teilen, Dialogmarketing wird noch mehr zur Vertrauenskommunikation. Menschliche Relevanz und Empathie bleiben Differenzierungsfaktoren.»



**Tobie Witzig, CEO – AZ Direct**

«Wirkungsvolles Dialogmarketing erreicht über unterschiedliche Kanäle dieselben Personen statt abstrakte Zielgruppen. Es ist unser Job, unsere Kunden bei ihrem digitalen Dialog zu unterstützen. Durch Beratung, Begleitung und Befähigung. Die Voraussetzungen dafür sind vorhanden: Datenbrücken für eine kanalübergreifende, personengenaue Ansprache. Die Integration von Drittdaten in CRM-Plattformen und Datawarehouses für Analysen, Segmentierung und neue Kanäle. KI für Marketing Automation und hochpersonalisierte Inhalte. Nie war echtes Cross-Channel-Dialogmarketing einfacher. Und gleichzeitig komplexer.»



**Ruth Wagner, CEO und Inhaberin – one marketing Zürich**

«Echt, ehrlich, ethisch: In einer KI-übersättigten Scheinwelt sind das die Treiber für erfolgreiches Dialogmarketing 2026. Sie spiegeln eine Sehnsucht nach Authentizität, Haltung und Menschlichkeit. Der Trend geht von reiner Automatisierung zu Hyperpersonalisierung; individualisierte stimmige Botschaften über relevante Kanäle für eine nahtlose Konversation mit Impact. KI und Agentur werden zu wendigen Agenten, datengestützt beratend und verhaltensbasiert voraussagend. Unsere Chance als Agentur ist zudem, dass wir empathisch reale Bedürfnisse erkennen und die Brücke zwischen Technik und Menschlichkeit schlagen.»



**Bruno Felder, Inhaber und CEO – Druckzentrum AG, Zürich-Süd**

«Zielgruppen für gedruckte Kommunikation werden gezielter ausgewählt, um Streuverluste zu vermeiden. Beim Personalisierungsgrad ist unser Spektrum sehr breit: von der einfachen Adresse bis zu komplexen, programmierten Inhalten. Wir stellen uns darauf ein, dass der Wert der gedruckten Botschaft bleibt und im Kommunikationsmix sogar steigt. Das zeigt sich in aufwendigeren Umsetzungen wie dem Versand von Warenmustern oder der Verknüpfung mit Landingpages. Diese Entwicklung macht Spass und erhöht zugleich Messbarkeit und Angebotsvielfalt, die wir als Dienstleister bereits heute anbieten.»

Profitieren Sie für Ihre Dialogmarketing-Expertise von den Vorteilen einer Mitgliedschaft.

Hier geht's zur Anmeldung beim SDV: [sdv-dialogmarketing.ch/mitgliedschaft-sdv](https://sdv-dialogmarketing.ch/mitgliedschaft-sdv)



ANZEIGE

SDV AWARD 2026

Best of Swiss Dialogue:

# CALL FOR ENTRIES

Jetzt Kampagnen einreichen:

sdv-award.ch