



## Künstliche Intelligenz im Marketing

medianetAusgabe 2151 | Seite 34 | 18. Januar 2019  
 Auflage: 55.000 | Reichweite: 159.500

Tunnel23

### MCÖ CLUBABEND

## Künstliche Intelligenz im Marketing

COME TOGETHER. Der Marketing Club Österreich veranstaltete im Headquarter von Microsoft einen Abend mit Blick auf die Gegenwart und die Zukunft des Marketing. Thema des Clubabends war „Künstliche Intelligenz“, die Keynote von **Michael Katzlberger** (CEO und Inhaber der Digitalagentur Tunnel23) beschäftigte sich mit der Maschine als neuen Menschen in der digitalen Werbung.

Gastgeber **Christian Wenzl** (CMO von Microsoft) präsentierte unter anderem KI-Anwendungen im Marketing und eine neue Software, die sich Künstlicher Intelligenz bedient.

### Moderne Mediaplanung

**Sabine Auer-Germann** (COO der Mediaagentur MindShare) erklärte die Bedeutung von neuen Technologien für die Mediaplanung. Ein Ausbau von Real Time Dashboards hilft, Muster in der Customer Journey zu erkennen und gezielt Medienplatzierungen einzukaufen. Die Abschlussworte von **Peter Rathmayr** (Agency Head von Google) widmeten sich ganz den Kunden, deren Aktivität und User-signalen. „Werbung muss *relevant* sein – wir sprechen Menschen mit Bedürfnissen an“, appellierte Rathmayr. (nri)



© MCC

**MCÖ bei Microsoft** Niko Pabst (Chef MCÖ), Peter Rathmayr (Agency Head Google), Eugen Knippel (Adverity), Georg Wiedenhofer (MCÖ-Präsident), Sabine Auer-Germann (COO Mindshare), Madlen Strottmeyer (Autorin Trending Topics), **Michael Katzlberger** (Tunnel23) und **Christin Wenzel** (CMO Microsoft).