05.12.2018 – 11:41 Uhr

Reality-based Campaigning - ganz genau hinschauen

Dietikon (ots) -

Das vollbärtige, weibliche Model Harnaam Kaur referiert am 7. Campaigning Summit Switzerland.

Neben dem KI-Pionier Steffen Konrath, wird auch das britische Model und Life-Coach Harnaam Kaur am 7. Campaigning Summit Switzerland auftreten. Sich nicht an Vorurteilen und Binsenweisheiten, sondern an den Fakten zu orientieren, jede Kampagne als etwas komplett Neues zu sehen, war schon immer einer der Erfolgsfaktoren guten Campaignings. In einer Zukunft, in der wir dank modernster Technologie dem, was wir sehen, nicht mehr trauen können, scheint es nun aber noch viel wichtiger, zweimal hinzuschauen. Als vollbärtiges, weibliches Model musste Kaur dies schon früh lernen. Wie sich ihre Erfahrungen auf ihrem Weg zur Selbstakzeptanz mit dem Campaigning der Zukunft verknüpfen lassen, erläutert sie in ihrem Referat.

Am 5. April treffen sich Experten der internationalen Campaigning-Szene aus den Branchen Kommunikation, Marketing, Change Management und Public Affairs bereits zum siebten Mal beim Campaigning Summit Switzerland.

Dieses Jahr ist auch die junge Britin Harnaam Kaur als Referentin mit dabei. Mit nur 12 Jahren wurde bei Kaur das Polyzystische Ovar-Syndrom diagnostiziert. Eines der Symptome der seltenen Stoffwechselstörung ist die Entwicklung übermässiger Gesichts- und Körperbehaarung. Nach einem jahrelangen Kampf mit sich selbst entschied sich Kaur schliesslich im Alter von 16 Jahren, ihren aussergewöhnlichen Look zu akzeptieren und ihn von einer Unsicherheit zu einer persönlichen Stärke zu machen. Die positiven Erfahrungen, die sie mit diesem Schritt machte, teilt sie nun mit der Welt: Neben ihrer Laufsteg-Karriere spricht Kaur als Life-Coach und Body-Aktivistin mit Jugendlichen und Erwachsenen über Vielfalt und Selbstakzeptanz. Mit mehr als 10 Millionen Social Media Followern, verbindet «The Bearded Dame» jeden Tag tausende von Menschen und verändert das Leben rund um den Globus! Letztes Jahr sprach Kaur sogar vor dem «House of Parliament» und diskutierte Themen rund um die psychische Gesundheit, Cyber-Mobbing und LGBTQIA und erklärte, wie Social Media, Unternehmen, Schulen und die Regierung bei der Entwicklung positiver Körperbilder helfen können. Mit ihrem Weg aus der Defensive in die Offensive lebt sie den Strategischer Campaigning Grundsatz Nr. 2: «Die Agenda kontrollieren» und selbst bestimmen, wann, was, wie und wo geschieht.

Nicht zuletzt lehrt sie uns, genauer hinzuschauen. Denn nicht selten laufen Kampagnen dann schief, wenn einem die Natur des zu lösenden Problems verborgen bleibt, weil man sich vom ersten Eindruck blenden lässt. Dies wird besonders im Hinblick auf die technologischen Fortschritte - mit denen man beispielsweise täuschend echte Videos und Tonsequenzen erstellen kann - immer relevanter. Mehr dazu erzählt die junge Britin in ihrem Referat mit dem Titel «Reality-based Campaigning - don't get fooled by what you think to see».

Ganz nach dem Motto «Networking, Inspiration und voneinander lernen» bietet der bisher jährlich stattfindende Campaigning Summit Switzerland Profis aus Verbänden, NGOs und Unternehmen eine einzigartige Plattform, um sich mit Gleichgesinnten auszutauschen, spannende Kontakte zu knüpfen und sich zu vernetzen. Die Teilnehmenden sind Meinungsmacher und Querdenker unterschiedlichster Branchen, denen einzig und allein gemeinsam ist, dass sie Menschen dazu bewegen ihr Verhalten, Denken oder Einstellungen zu verändern. Der Blick über den Tellerrand ist dabei oft sehr hilfreich. Genau diesen zu bieten ist der Anspruch von business campaigning GmbH, der Nr. 1 für Campaigning in der Schweiz, die den Campaigning Summit Switzerland organisiert und massgeblich finanziert. Nach dem kommenden Campaigning Summit Switzerland wollen die Veranstalter eine einmalige Pause bis 2021 einlegen.

Der 7. Campaigning Summit Switzerland am 5. April 2019 steht ganz im Zeichen von «Campaigning Innovation». Weitere Partner, die den Campaigning Summit Switzerland ermöglichen, sind news aktuell (Schweiz) AG, persönlich Verlags AG, TICKETINO AG und Vögeli Druck AG.

Kontakt:

Peter Metzinger
Telefon +41 79 628 61 26
E-Mail peter@businesscampaigning.com
Website www.campaigning.swiss
Twitter @campaigning_ch

Medieninhalte

Das vollbärtige, weibliche Model Harnaam Kaur referiert am 7. Campaigning Summit Switzerland darüber, wie sich ihre Erfahrungen auf ihrem Weg zur Selbstakzeptanz mit dem Campaigning der Zukunft verknüpfen lassen. Weiterer Text über ots und www.presseportal.ch/de/nr/100053760 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "obs/Campaigning Summit/MURIGI"

Diese Meldung kann unter https://www.presseportal.ch/de/pm/100053760/100822919 abgerufen werden.