

05.04.2019 - 16:20 Uhr

Campaigning Summit Switzerland goes Campaigning.swiss



Zürich (ots) -

Mit 175 Teilnehmenden aus Deutschland, Italien, Katalonien, England und der Schweiz ging heute der siebte Campaigning Summit Switzerland zu Ende. Das nächste Gipfeltreffen für Changemaker aller Couleur findet erst wieder 2021 statt. Die Veranstalter wollen die Pause nutzen, um die Summit-Website campaigning.swiss zur Online-Plattform für die Schweizer Campaigning-Branche und -Community auszubauen.

Unter den fünf Referentinnen und Referenten waren Lucero Oyarzun von der mit dem Nobelpreis ausgezeichneten ICAN-Kampagne für die Abschaffung der Atomwaffen, ein Thema, das gerade auch den Bundesrat beschäftigt. Sie vermittelte wertvolles Know-how, wie man junge Menschen bewegt, ein Thema das zufällig auch gerade wegen der Klimastreiks brandaktuell ist und intensiv diskutiert wurde.

Harnaam Kaur, die weltberühmte bärtige Dame, Model und Körperpositivitäts-Aktivistin setzte mit ihrer Botschaft, die Welt zu verändern, indem man sich selbst liebt, einen Kontrapunkt zur Digitalisierung und den omnipräsenten Algorithmen. Sich selbst gut zu kennen und zu lieben, zu wissen, was man will und weshalb man hier ist, werde immer wichtiger, nicht nur für ein erfülltestes Privatleben, sondern auch in der Arbeitswelt so ihre Botschaft - insbesondere wenn Algorithmen uns immer mehr Arbeit abnehmen.

Sophie Hundertmark und Christoph Süess von Paixon erstellten den ganzen Tag über live mit den Teilnehmenden zusammen einen KI-basierten Chatbot und zeigten auf der Bühne, wie das funktioniert.

Steffen Konrath, deutscher Pionier für den Einsatz von Künstlicher Intelligenz im Marketing, zeigte anhand konkreter Beispiele, wie Künstliche Intelligenz in Kampagnen eingesetzt wird, seit 2017 auch in der Schweiz, zusammen mit Peter Metzingers Campaigning-Firma [business.campaigning GmbH](https://business.campaigning.ch).

Peter Hogenkamp, Online-Marketing-Pionier aus der Schweiz, zeigte am Beispiel seines Startups [Scope Content AG](https://scopecontent.ch), wohin sich Content Marketing entwickelt und wie man mit Hilfe von Automatisierung und Kuratieren Zeit sparen kann, um sich aufs Wesentliche zu konzentrieren: die persönliche Note.

Das siebte Klassentreffen der Changemaker aus Campaigning, Marketing, Kommunikation, Public Affairs, Organisationsentwicklung und Wirtschaft fand unter dem Motto «Campaigning im Zeitalter der Algorithmen» statt und wie immer

ging es auch um Networking, Inspiration und voneinander Lernen. Die Teilnehmenden waren Meinungsmacher und Querdenker unterschiedlichster Branchen aus Kommunikation, Marketing, Change Management und Public Affairs.

Hauptsponsor ist business campaigning GmbH, seit 1997 die Nr. 1 für Campaigning in der Schweiz. Weitere Partner, die den Campaigning Summit Switzerland ermöglichen, sind Booster Magazine, EMEX Management GmbH (Business Innovation Week), Greenfocus Communications Andrea Holenstein, Hochschule Luzern, Liquid Newsroom, nexoya Ltd., news aktuell (Schweiz) AG, Paixon GmbH, Papiersaal Zürich, 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](https://twitter.com/campaigning_ch)

Medieninhalte



Hanraam Kaur am Campaigning Summit Switzerland 2019. 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/Peter Metzinger"



BarCamp Session mit Harnaam Kaur am Campaigning Summit Switzerland 2019. 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/Peter Metzinger"

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100053760/100826709> abgerufen werden.