

corporate identity
kommunikation
mediengestaltung

MARTIN ET KARZINSKI

T + 41 (0)44 533 26 00
Alderstrasse 21, 8008 Zürich

MEDIENMITTEILUNG_03_2019

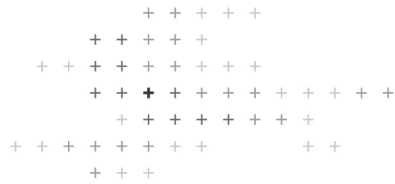
be.yondtalk von Martin et Karczinski zu «KI, Ethik & Marke» **Rund 70 Experten diskutieren in Zürich die Zukunft der Markenführung in einer digitalisierenden Welt.**

Zürich, 28. März 2019: Wie beeinflusst künstliche Intelligenz die Markenführung? Müssen Unternehmer neue ethische Standards unter dem Gesichtspunkt eines vertrauensvollen Markenauftritts setzen? Rund 70 Unternehmer und Marketingentscheider trafen sich am 28. März 2019 zur Auftaktveranstaltung der Event-Reihe be.yondtalks von Martin et Karczinski in Zürich, um sich über die Zukunft der Markenführung auszutauschen. Zu den Gästen im «schwarzescafé» Löwenbräu zählten u.a. Vertreter von Clariant, Swisslife, Bucher Industries, Energie 360, Swisscom, Orell Füssli, Sulzer, Stadtwerk Winterthur und Geberit.

Die Einführung in die Thematik übernahmen Prof. Dr. Petra Grimm, Leiterin des Instituts für digitale Ethik von der Hochschule der Medien Stuttgart und Klaus Kallenbrunnen, Chief Digital Officer von Martin et Karczinski. Prof. Dr. Petra Grimm betonte in ihrem Vortrag die Bedeutung neuer ethischer Leitlinien für Unternehmen sowie deren nachhaltige Markenstrategie in einer immer mehr von Technologie beeinflussten Welt. «Verbraucher erwarten von den Unternehmen zunehmend, dass sie Technologien verantwortungsbewusst und ethisch gestalten und einsetzen.»

Klaus Kallenbrunnen, Chief Digital Officer von Martin et Karczinski zeigte auf, welche Potenziale für Marken im Bereich künstliche Intelligenz stecken und heute schon genutzt werden. Seine Prognose: «In den nächsten Jahren werden neue autonome Marken rein mit künstlicher Intelligenz entstehen, weil sie durch Algorithmen die Bedürfnisse ihrer Kunden schneller und besser kennen als die Menschen selbst.» Dann würden auch neue Anforderungen an Markenarchitekturen und -systeme entstehen. Wer seine Marke weiterhin erfolgreich führen will, muss jedoch schon jetzt verstehen, wie das eigene Ökosystem morgen aussieht. «Das heißt aber auch, Markenverantwortliche müssen Marke im Unternehmen als Impulsgeber und Vorreiter für digitale Veränderungen positionieren und die Transformationsprozesse im Unternehmen intensiver begleiten,» erklärt Klaus Kallenbrunnen.

**Bildmaterial der Veranstaltung steht [hier](#) zum Download zur Verfügung.
www.beyondtalks.ch**



corporate identity
kommunikation
mediengestaltung

MARTIN ET KARZINSKI

Zu Martin et Karczinski:

Martin et Karczinski Zürich begreift Corporate Identity als Steuerungsinstrument und Wachstumsmotor für Unternehmen in einer digitalisierenden Welt. Seit dem Jahr 2000 trägt die Strategie- und Designberatung mit Projekten im Spannungsfeld von Identität, Marke und Technologie messbar zum Erfolg ihrer Kunden bei. Als führendes Unternehmen im Bereich Corporate Design und Identity ist Martin et Karczinski Brand Lead Agency für Lufthansa weltweit und arbeitet in der Schweiz als strategischer Partner u.a. für Albin Kistler, AO Foundation, Conzzeta, Orell Füssli, Roche, Sonova, Swiss International Air Lines.

www.martinetkarczinski.ch

Kontakt:

Martin et Karczinski
Daniel Zehntner
daniel.zehntner@martinetkarczinski.ch
+41 (0)44 533 26 00

Pressekontakt:

bik relations
Birgit Köbl
birgit@bik-relations.de
+49 (0)151 167 293 58