



Mensch oder Maschine

Künstliche Intelligenz in Marketing und Kommunikation

Transform or die?





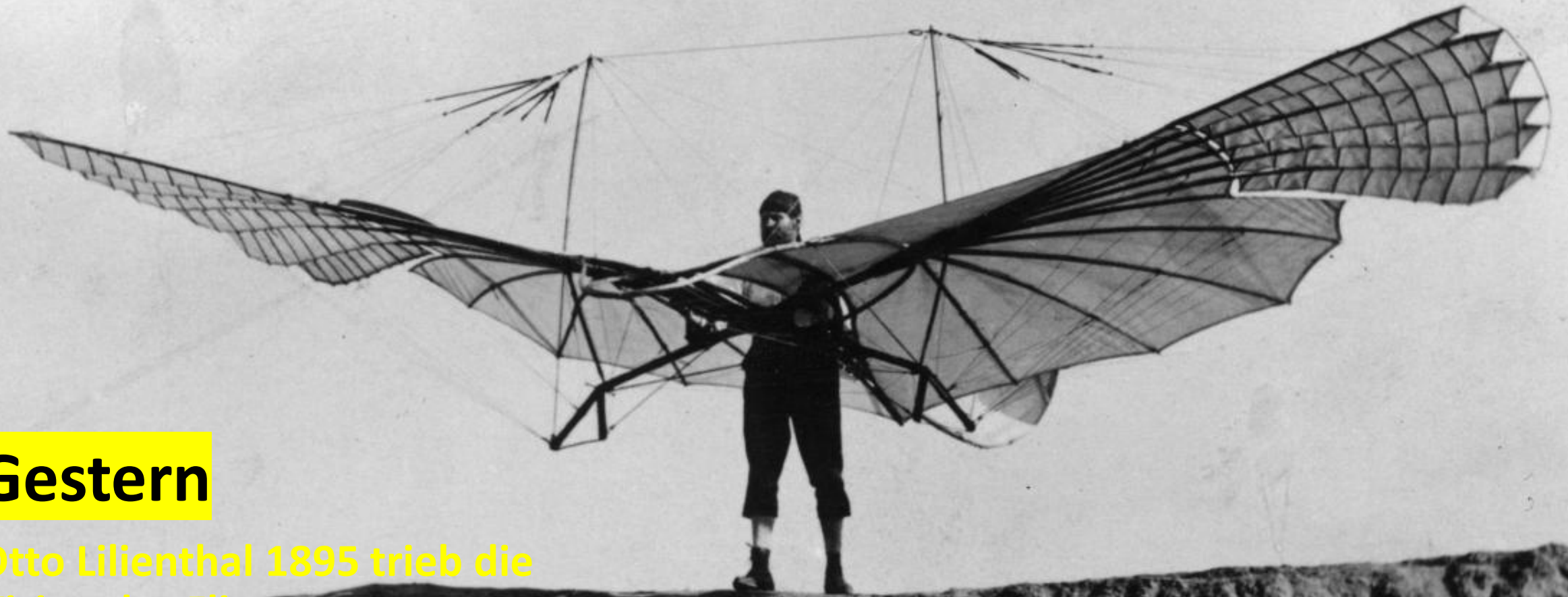
Mensch oder Maschine

Künstliche Intelligenz in Marketing und Kommunikation

Gestern

Otto Lilienthal 1895 trieb die Vision des Fliegens an.

1895 stürzte er mit einem Flugapparat ab und starb.





Heute

**Fliegen, Reisen und
Hotel in einem.**

A detailed painting of a man's face inside a futuristic, metallic helmet. The helmet has a large, teardrop-shaped visor and several small spherical components. The man has a serious expression and is looking upwards. The background is a vibrant, fiery red and orange space scene with a bright star, a comet streak, and various planets and moons. The overall style is reminiscent of classic science fiction art.

Morgen

Das überlasse ich gerne ihrer
Fantasie!

Aber wer nicht
vorausdenkt fällt
irgendwann weg!

Gestern

Sabor, der Maschinen-Mensch, war ein Appenzeller. Seinen ersten grossen Auftritt hatte er an der Landesausstellung von 1939 in Zürich. Er wurde eine internationale Berühmtheit.





Heute

Mit Ameca wurde eine neue Dimension erreicht.

Der humanoide Roboter überrascht mit extrem menschlicher Mimik.

https://m.focus.de/panorama/faszinierend-oder-unheimlich-neuer-roboter-ameca-spaltet-das-netz-mimik-und-gestik-sind-perfekt-menschlich_id_24491642.html



Morgen

Das überlasse ich gerne
ihrer Fantasie!

**Aber wer nicht mit-
denkt wird vielleicht
selber transformiert.**

<https://www.ardmediathek.de/video/weltbilder/china-hightech-in-pflege-und-altenheim/ndr/Y3JpZDovL25kci5kZS8xOTZmYmQwZC0xNTdmLT RINDgtOTA1Yy1hZWU3MGMxNWUyMjc>

Die Zukunft hat begonnen!

- Technologie verstehen
- Technologie hinterfragen
- Technologie fördern
- Technologie neugierig & kreativ denken
- Technologie integral einsetzen
- Technologie sinnstiftend nutzen

Nicht Marketing digitalisieren, sondern Marketing für eine digitale Welt machen.





Der Beginn

Otto Lilienthal (1895) trieb die Vision des Fliegens an.

Welche Vision treibt uns im Thema «Mensch und Maschine» an?

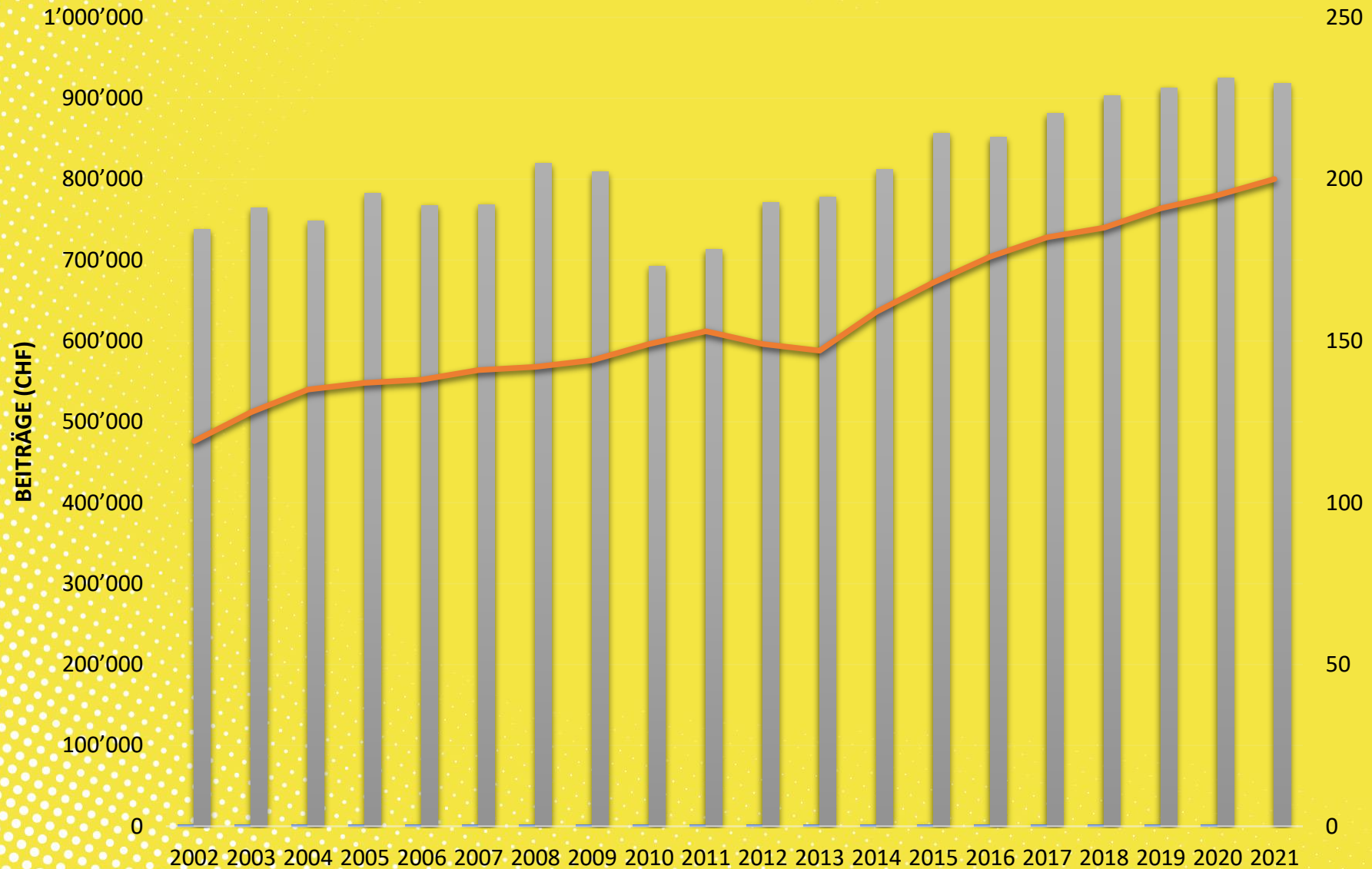


RELOADED

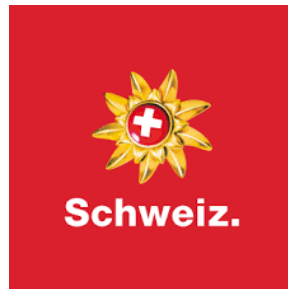
MENSCH ODER MASCHINE?

Künstliche Intelligenz in Marketing und Kommunikation.

Mitglieder- und Beitragsentwicklung



Neue Mitglieder im 2021



Neue Mitglieder im 2022



Für Mensch
und Umwelt



SWA-Schlüsselthemen

1. Werbefreiheit
2. Transparenz und Fairplay
3. Werbemittelforschung und Statistik
4. Fachwissen und Support für Mitglieder
5. Preise und Leistungen

SWA-Expertengruppen

- Integrated Marketing Committee
- Media Committee
- Digital Committee
- Sponsoring Committee
- Regulation Committee
- Groupe Romand

Veränderungen im SWA-Vorstand:

Austritt



Frank Burkhardt

CMO

L'Oréal Suisse

Wiederwahl



Thomas Schwetje

Leiter Marketing/Services

Coop Schweiz

Wiederwahl



Roman Reichelt

Global CMO

Credit Suisse AG

SWA-Vorstand 2022



https://www.linkedin.com/posts/amer-kayyal_work-smarter-not-harder-ugcPost-6891246259391266816-Vv3Y/



RELOADED

MENSCH ODER MASCHINE?

Künstliche Intelligenz in Marketing und Kommunikation.