

Webinar-Reihe statt Kongress

Kommunikationskongress Das Forum muss in diesem Jahr wegen Corona entfallen, die Initiatoren verlegen es ins Netz. Dort geht es um die Kommunikation zwischen Erlebnis, Psychologie und Digitalisierung.

Aalen

Da der für den 5. Mai geplante Kommunikationskongress nicht live stattfinden konnte, haben die Hochschule Aalen, der Marketingclub Ostwürttemberg und SDZ Events umgeplant. 2020 findet der Kongress erstmals online statt. Vom 25. Mai bis 29. Mai heißt es jetzt aus unterschiedlichen Blickwinkeln „Der Mensch im Fokus – Kommunikation zwischen Erlebnis, Psychologie und Digitalisierung“. Die Referenten freuen sich auf das neue Format. Dabei gibt jeder einzeln von Montag bis Freitag jeweils 30 bis 45 Minuten Einblicke in sein Themengebiet, danach findet eine moderierte Online-Diskussion statt.

„Wir mussten umplanen.“

Oliver Röthel
Marketing-Club Ostwürttemberg

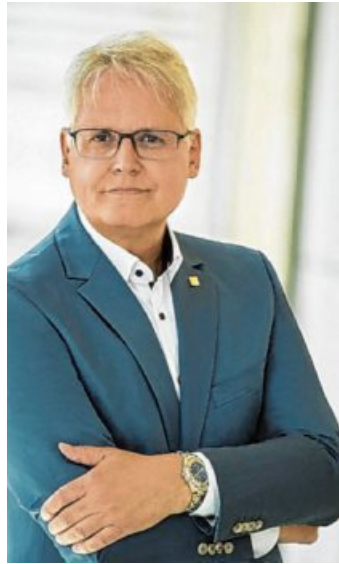
„Wir mussten umplanen“, sagt Oliver Röthel, Präsident des Marketing Clubs Ostwürttemberg und Mitveranstalter des Kongresses. „Aber wir wollten das Thema auf gar keinen Fall sterben lassen. Also haben wir ein neues Eventformat gewählt.“ Dabei war den Machern allerdings klar, dass sich ein Ganztags-Kongress nicht 1:1 ins Digitale umsetzen lässt.

„Wir glauben nicht, dass Teilnehmer einen ganzen Tag vor der Kiste sitzen wollen“, sagt Wolfgang Grandjean von SDZ Events. „Daher haben wir die Themen aufgesplittet in jeweils 90 Minuten, die in der Themen-



Michael Vaas

Foto: Friedrich Ulmer



Winfried Schröter

Foto: Schröter



Christian Kastner

Foto: Allnatura



Prof. Dr. Peter Gentsch

Foto: Marco Urban

woche immer von 16:30 Uhr bis 18 Uhr stattfinden.

Konzentration aufs Wesentliche: Den Auftakt macht am 25. Mai Michael Vaas. Der Strategieberater erläutert, wie man sich in Zeiten des Kommunikationsüberflusses aufs Wesentliche konzentriert. Dabei zeigt er eine Strategie auf, wie Menschen sinnvoll mit den Kommunikationswegen der Zukunft umgehen, um nicht in Stress und Hektik zu verfallen.

Menschen lesen lernen: Dienstag ist Trainer und Hypnosecoach Winfried Schröter am Zug. Er weiß, wie man auch ohne digitale Hilfsmittel ins Innere des Gegenübers blicken kann. Ein Beispiel: Sie führen ein 90-minütiges Vorstellungsgespräch und stellen doch den Falschen ein? Dabei hätte es gereicht, den Be-

werber 60 Sekunden lang ein Bild zeichnen zu lassen. Oder Sie hätten zehn Minuten lang die Gesichtszüge und die Physiognomie seines Fotos studiert. Denn Körpersprache und Mimik lassen sich antrainieren. Die Anatomie eines Gesichtes aber liefert schon seit Pythagoras Möglichkeiten, einen Menschen einzuschätzen und die Ansprache individuell darauf auszurichten. Während seines Online-Auftritts führt er zudem einen Praxistest vor.

Wie Unternehmen Influencer-Marketing nutzen: Am Mittwoch, den 27. Mai, zeigt der einer der erfahrensten Influencer-Marketing-Experten, Florian Frech von der Agentur Frech & Freundlich Creative, wie im Influence-Marketing Produkte positiv besetzt werden können, wie sich das aufs

Unternehmen auswirkt und was lieber vermieden werden sollte.

Statt Kampf lieber Konsens: Personalisierung, Automation, Künstliche Intelligenz: Im heutigen Marketing soll jeder Kunde eines Unternehmens mittels intelligenter Technik ganz individuell angesprochen werden. Doch wie persönlich kann eine Maschine einen Kunden wirklich automatisch bedienen? Und kaufen Menschen letztlich nicht doch von Menschen? Christian Kastner, der Leiter Marketing und IT der Allnatura Vertriebs GmbH in Heubach erläutert am Donnerstag, warum echte Personalisierung schon beim Produkt beginnt und erst weit nach dem Online-Kauf aufhört.

Was die Maschine alles über uns weiß: Den Abschluss am Freitag bildet der Vortrag von Prof. Dr.

Peter Gentsch. Der Inhaber des Lehrstuhls für internationale BWL an der HTW Aalen gilt als einer der bundesweit führenden Wissenschaftler zur Nutzung von Künstlicher Intelligenz. In praktischen Beispielen zeigt er auf, wie künstliche Intelligenz funktioniert. Was eine Maschine wie von einem Menschen lernt und vor allem, wie wir es im Unternehmensalltag nutzen können. Seine Einblicke eröffnen den Teilnehmern die Welt der absolut neuesten digitalen Kommunikationsmöglichkeiten, an denen derzeit geforscht wird. Vor allem aber gibt er Tipps, wie Unternehmen dies im Geschäftsalltag sinnvoll nutzen können.

 **Info** und Anmeldung unter: www.sdz-events.de/kongress