

## Mein Freund, der Algorithmus



Fabian Liebrich  
und  
Johanna Stütz,  
CROSSMEDIA

Wir schreiben das Jahr 2029 ... Nein, falsch! Schreiben tut eigentlich niemand mehr so richtig. In einer automatisierten und digitalisierten Welt bestimmen Sensoren, Algorithmen und Roboter den Lauf der Dinge und werden zu den Autoren unseres Alltags. Kaum erwähnenswert, dass digitale Services und selbstlernende Systeme Träger und Motor des einstigen Industriestandorts Deutschland und damit unverzichtbar für das gesellschaftliche Leben geworden sind.

Eines dieser Services ist „TALAS“ (Technical Autonomous Learning Assistance System), das Vorzeigeprodukt der deutsch-japanischen SAP-Tochter Avatronic. TALAS ist ein selbstlernendes Assistenzsystem mit einem Avatar als Frontend, das sich um repetitive Belange des menschlichen Alltags (Einkaufsbestellungen, Steuererklärung, Energiemanagement des Hauses et cetera) kümmert. Das KI-System lernt durch ständige menschliche Interaktion und wird zum besten Freund des Menschen.

Für den Kunden KleverKola und die Markteinführung der „Kola Hero“ (recyclbare Dose aus Bioharz), hat das Projektteam von Crossmedia auf einen klassisch-programmatischen Ansatz verzichtet. Es setzt stattdessen auf eine integrierte APS (Algorithm Persuasion Strategy). Die APS zielt auf ein Maximum an klassisch-digitalen und IoT-Touchpoints ab und streut auf TALAS zugeschnittene Werbebotschaften im ge-

samten Wirkungsbereich des Suchalgorithmus. Ein Großteil des Budgets fließt dabei in TSAM (TALAS Search Algorithm Marketing), das aus den Bereichen TKSO (Key Stimulus Optimization) und TKSA (Key Stimulus Advertising) besteht. Begleitet wird die Persuasionkampagne durch einen großen DOOH-Flight bei Ströer Decaux in Leipzig, der einzig verbliebenen deutschen Großstadt.

Der TALAS scannt nun seine Umwelt, wertet alle Informationen entsprechend zugunsten der „Kola Hero“ aus und fungiert dadurch als Markenbotschafter, der seinem Besitzer die neue Kola zum Kauf empfiehlt. Durch den Kauf wird der Nutzer wiederum zum Multiplikator, da die TALAS-Systeme seiner Myspace-Freunde (nach dem Untergang von Facebook im Jahre 2020) den vorherigen Kauf als Empfehlung auffassen.

