

CROSSMEDIA launcht eigenen KI-Hub und startet Open-Knowledge-Bewertungsplattform für KI-Tools im Marketing

Die unabhängige Mediaagentur macht sich stark für den Einsatz von KI im Marketing: Ein dedizierter KI-Hub innerhalb der Agentur treibt das Thema für CROSSMEDIA-Kunden voran und eine eigens entwickelte, frei zugängliche Bewertungsplattform bündelt zum Start Know-how zu mehr als 50 unterschiedlichen Tools.

Düsseldorf, 12.04.2023. Es ist die wohl gerade meistdiskutierte Frage der Branche: Wie wird Generative Künstliche Intelligenz das Marketing verändern? Crossmedia will Antworten darauf finden und hat in den vergangenen Wochen ein spezielles, internes Team – den Crossmedia AI-Hub – aufgebaut, der aus Mitarbeitenden der internen Strategieeinheit, dem Digital Analytics Team sowie der digitalen Produktentwicklung besteht und um zwei „AI Engineers“ ergänzt wird. Der interdisziplinäre Ansatz des KI-Hubs soll sicherstellen, dass die unterschiedlichsten Einsatzmöglichkeiten von KI in Bezug auf Media und Marketing im Blick behalten werden.

Übergeordnetes Ziel des Hubs ist es, Spezialwissen aus unterschiedlichen KI-Optionen in die Agentur zu tragen, da es kaum Bereiche gibt, die nicht von einem intensiven KI-Know-how profitieren können. Gleichzeitig ist es Aufgabe des Teams, mit Hilfe von KI für alle Crossmedia-Kunden praktikable Lösungen für ihre Media- und Marketingfragestellungen zu entwickeln, die sich reibungslos in bestehende Prozesse einfügen.

Erste Projekte im Bereich DCO

Konkret geht es zum Beispiel darum, wie AI für Markenkommunikation im digitalen Raum die Lücke zwischen kreativer Leitidee und digitaler Umsetzung schließen kann. Ein erster praktischer Anwendungsfall ist der Themenbereich DCO und Creative-Optimierung. CROSSMEDIA nutzt die neuen Möglichkeiten, um weitere Werbemittel-Elemente der dynamischen Optimierung zugänglich zu machen. So waren Texte und Bilder aufgrund manueller Prozesse bisher zeitlich wie finanziell Hürden bei der Optimierung. Der KI-Hub testet nun, inwieweit sich diese Hürden bereits heute umschiffen lassen.

„Ohne prognostizieren zu können, in welche Richtung oder mit welcher Geschwindigkeit und Ausprägung sich das Thema KI entwickeln wird, müssen wir schnell Erfahrungen sammeln und Wissen aufbauen, um für unsere Kunden die richtigen Schlüsse ziehen zu können“, so Armin Schroeder, Geschäftsführender Gesellschafter von Crossmedia.

Besser durch Schwarmintelligenz: Entwicklung einer offenen KI-Bewertungs- und Austauschplattform

Doch um bei der rasanten Entwicklung der Tools am Ball zu bleiben, reicht die Sicht einer Agentur allein nicht aus. Crossmedia geht deshalb noch einen Schritt weiter und treibt den offenen Erfahrungsaustausch zum Thema KI innerhalb der Werbebranche aktiv voran. Dazu hat die Agentur eine Open-Knowledge-Plattform für KI-Anwendungen entwickelt, die für alle Arten von Agenturen sowie für Werbetreibende frei zugänglich sein wird. Zum Start wird die Plattform mindestens 50 unterschiedliche Tools betrachten und von da aus sukzessive ausgebaut werden.

„Das Thema ist zu groß, zu schnell und zu wichtig, um es nur im Rahmen von Insellösungen zu erarbeiten. Aus diesem Grund öffnen wir die Plattform von Anfang an für alle, die sich daran beteiligen wollen, und laden zum gemeinsamen Ausbau ein“, erklärt Armin Schroeder.

Die Crossmedia AI-Tools-Bewertungsplattform wird in den kommenden Wochen unter toolsreview.ai verfügbar gemacht und kann kostenfrei als Contributor oder Visitor genutzt

werden. Interessenten können sich bereits heute auf der Seite mit ihrer E-Mail registrieren, um über das genaue Launch-Datum auf dem Laufenden zu bleiben.

Über CROSSMEDIA

CROSSMEDIA steht für unabhängige und differenzierende Kommunikationsberatung. Seit Agenturgründung 1997 hat sie sich als die Alternative zu den globalen Media-Networks etabliert. Mit insgesamt 600 Mitarbeitenden ist CROSSMEDIA mit acht Büros in Deutschland, den USA sowie Großbritannien vertreten. Als einzige Mediaagentur Deutschlands lässt sich CROSSMEDIA seit 2007 ihre interessenneutrale Mediaberatung im Sinne der Transparenz jährlich zertifizieren. Für ihr neues flexibles Arbeitsmodell wurde CROSSMEDIA 2022 vom Handelsblatt mit dem „Mindshift Award“ ausgezeichnet. Zum Kundenportfolio gehören u. a. Bundeswehr, DAK-Gesundheit, Etihad, Gustavo Gusto, heycar, LichtBlick, LIDL, Suzuki, Tamaris und Tommy Hilfiger.

www.crossmedia.de | www.crossmedia.com | www.xmvoice.blog

Pressekontakt

CROSSMEDIA GmbH
Ann-Sophie Altmeier
Hildebrandtstraße 24A
40215 Düsseldorf
fon: 0211.86652.171
nic.an@crossmedia.de