Attention in the Age of AI – Redefine Human Experience in the New Era of AI

KI entfesselt eine beispiellose Flut an Inhalten in einer sich rasant entwickelten, digitalen Welt. Social-Media-Posts, Reels und Videos, Shopping-Bewertungen und Produktbeschreibungen, und natürlich Werbung, machen es nötig, echte menschliche Erfahrung und Aufmerksamkeit in Ihrem Marketing und der Marktforschung zu verstehen.

Unter dem Motto "Attention in the Age of AI, Redefine Human Experience in the New Era of AI" veranstalten wir auch in diesem Jahr unsere eigene Memex-Konferenz in Berlin, um Forschende aus den Bereichen User Experience, Medienforschung, Shopper Research, Wissenschaft und Kunst zusammenzubringen.

Unser Speaker-Portfolio wird sich am 17. September intensiv mit den Möglichkeiten von KI im Marketing und der Forschung beschäftigen und die tiefgreifenden Auswirkungen auf unsere Wahrnehmung, Bedeutungsbildung und menschliche Aufmerksamkeit in ausgewählten Vorträgen beleuchten.

Wir freuen uns, Ihnen hier unsere diesjährige hochkarätige Referentenliste vorstellen zu dürfen, die tiefgreifende wissenschaftliche Erkenntnisse, innovative Marktforschungsmethoden und praktische Einblicke in die Medienwelt präsentieren wird.

Programm

Michael Schießl (CEO und Gründer von eye square)

INTRO "Attention in the Age of AI"

Prof. Dr. Jana Möller-Herm (Universität der Künste Berlin)

"From Aversion to Acceptance: Designing AI-Powered Brand Communication That Consumers Embrace"

Guido Modenbach (EVP Research, Analytics & Consulting, Seven.One Media)

"What Drives Brand Growth in a World of Uncaring Cognitive Misers? Measuring Mental Availability to Understand the Performance and Potential of your Brand"

Dirk Engel (Independent Researcher & Media Consultant, Agentur kundenwissen)

"Is communication collapsing coming? Why AI Creates Abundance and Scarcity at the Same Time"

Duncan Southgate, Kantar

Can Chatvertising Build Brands? Results of a World First Study

Dirk Ziems, Co-Founder, concept m & concept m ai

Experimental Depth Psychology Research on Brand Worlds and Brand Communication Using AI Consumer Twins

Stefan Schoenherr & Jens Barczewski, eye square & Omnicom Media

Influencer Marketing - Hit or Miss? A Recent Fundamental Study by OMD and eye square as Part of the Attention Works Initiative

Annalena Pfeiffer, Cito AI

We Automated Ourselves Out of a Job: How a Logistics Firm Became a Software Company

Dr. Ruchira Suresh, eye square

AI Has Vibes. We Have Evidence.
Insight Synthesis: Compounding shopper decisions in the AI era

Florian Passlick & Garrit Güldenpfennig, eye square

InContext Eye Tracking: Bringing Attention & Emotion Data to Life

Felix Fischer, eye square

Ads on ChatGPT - CaseStudy Integrating New InContext AI Environments and Eye Tracking

>> Mehr Informationen zu den Speakern finden Sie hier!

>> Hier können Sie sich anmelden!

In-Person in unserem Main Office in Kreuzberg

Virtuelle Teilnahme

Die Memex Konferenz Berlin bietet Ihnen:

- **Direkter Austausch mit Impulsgebern:** sie erhalten durch unsere Guest Speaker vielfältige Perspektiven von renommierten ExpertInnen auf unser Konferenzthema, also den unmittelbaren Auswirkungen der gegenwärtigen Transformation auf die Human Experience und ein besseres Verständnis der neuen KI-Landschaft.

- **Praxisnahe Insights mit echten Daten aus dem realen Forschungskontext:** Eye-Tracking-Daten, Verhaltenssignale, User-Experience-Insights und implizite Messungen aus Studien zu Shopping, Social Media und traditionellen Medien.

- **Experten-Tips für ihre tägliche Arbeit:** Wir klären Fragestellungen aus der täglichen Praxis – Wie kann man die Aufmerksamkeit von Konsumenten und Nutzern in einer von KI dominierten Ära gewinnen und halten? Wie bauen sie eine echte menschliche Verbindung und personalisierte Erlebnisse auf, um auf die Veränderungen zu reagieren, und zu steuern, wo und wie Kunden entdecken, entscheiden und kaufen.

Unsere Konferenz gibt Ihnen ein klares Verständnis der aktuellen, digitalen Kommunikationslandschaft und Werkzeuge an die Hand, um die Human Experience ihrer Marke oder Produkte zu verbessern, mehr Aufmerksamkeit zu erhalten, und in einem disruptiven Markt erfolgreich Ihre Marke zu positionieren. Wir zeigen Ihnen, wie Markenarbeit im KI-Zeitalter gelingen kann!

Beginn:
Thursday, September 17, 2026, 9:00 AM Uhr

Ende:
Thursday, September 17, 2026, 6:00 PM Uhr

Veranstaltungsort:
Schlesische Straße 29/30
10997 Berlin
Germany

Website & Anmeldung:
Email reiter@eye-square.com

https://www.memex-conference.com/