KI-Campus Berlin: Zukunft des digitalen Marketings gestalten

Category: KI & Automatisierung
geschrieben von Tobias Hager | 3. Juli 2026

KI-Campus Berlin: Wie wir das digitale Marketing neu verdrahten – mit AI, Data und radikaler Effizienz

Du willst wissen, wo sich die Zukunft des digitalen Marketings nicht nur ankündigt, sondern gebaut wird? Im KI-Campus Berlin, dort wo Data, Kreativität und Maschinenintelligenz zu einer Wertschöpfungskette

verschmelzen, die ernst macht mit Performance. Keine Buzzword-Folklore, keine Agentur-Märchen, sondern belastbare Technologien, harte Messbarkeit und ein Ökosystem, das Growth nicht predigt, sondern liefert. Wenn du nach einer Adresse suchst, an der AI nicht nur Demos zeigt, sondern Budget gewinnt, dann bist du hier richtig.

- Was der KI-Campus Berlin ist, wie das Ökosystem funktioniert und warum es die Blaupause für AI-first-Marketing darstellt
- Die Skills, Tools und Workflows, die Marketer 2025 beherrschen müssen, von Prompt Engineering bis LLMOps
- Wie generative KI, Predictive Modelle und Automatisierung die gesamte Performance-Value-Chain neu aufstellen
- SEO, Content-Engine und Datenstrategie: Programmatic SEO, Entity-Graphen, RAG und skalierbare Content-Pipelines
- Compliance und Ethik ohne Buzzword-Washing: DSGVO, EU AI Act, Consent Mode v2 und Privacy-by-Design in der MarTech-Architektur
- Infrastruktur vom Notebook bis zum GPU-Cluster: MLOps, LLMOps, Observability und Kostenkontrolle
- Use Cases aus Berlin: Commerce, B2B, Media und Non-Profit mit messbarem Uplift statt bunter Slides
- Karrierepfade, Finanzierung und Netzwerk: Warum der KI-Campus Berlin Talente, Kapital und Projekte bündelt

Der KI-Campus Berlin ist kein weiteres Marketing-Schild mit hippen Post-its, sondern ein funktionsfähiges Produktionsumfeld für AI-getriebene Wertschöpfung. Der KI-Campus Berlin verbindet Forschungsinstitute, Start-ups, Corporates und Behörden in einem dichten Netz aus Datenaustausch, Kompetenzaufbau und Experimentierfreude. Wer das digitale Marketing ernsthaft transformieren will, kommt am KI-Campus Berlin nicht vorbei, weil hier LLMs, Recommender, Attribution und Automatisierung ineinandergreifen. Schon heute entstehen im KI-Campus Berlin Content-Engines, die aus Daten Produktwelten bauen, und Bid-Strategien, die in Echtzeit lernen. Und morgen? Skaliert der KI-Campus Berlin die Standards, an denen sich Agenturen und Inhouse-Teams messen lassen müssen. Das klingt großspurig, ist aber vor allem messbar.

Digitale Transformation in Marketingabteilungen scheitert selten an Ideen, sondern an fehlender Technikreife, inkonsistenten Daten und zähen Prozessen. Der KI-Campus Berlin bricht dieses Dreieck auf, indem er Infrastruktur, Best Practices und Coaching in einem Ort bündelt. Das spart Zeit, minimiert Friktion und verhindert, dass jede Firma zum zehnten Mal das gleiche Tracking-Setup erfindet. Gleichzeitig sorgt die Nähe zu Berliner Tech-Teams dafür, dass MarTech-Stacks nicht in PowerPoint, sondern in Repositories landen. Ein weiterer Vorteil: Die Nähe zu Hochschulen und Forschung liefert einen ständigen Zufluss an Prototypen, die schnell zu Minimum Viable Solutions gehärtet werden. So entsteht ein Marktplatz der Machbarkeit, nicht der Versprechen.

KI-Campus Berlin: Vision, Standortvorteil und digitales Marketing der Zukunft

Der KI-Campus Berlin ist ein physischer und virtueller Ort, an dem aus Algorithmen Produkte und aus Hypothesen Experimente werden. Er bündelt Labore, Co-Working, Trainingsflächen und Rechenressourcen, damit Marketingteams mit Daten genauso selbstverständlich arbeiten wie mit Kampagnenkalendern. Das Ziel ist radikal einfach, aber operativ anspruchsvoll: Lieferbare, skalierbare, regelkonforme Marketingtechnologie für reale P&L-Verantwortung. Dabei verzahnt der KI-Campus Berlin Forschung und Praxis, sodass Modelle nicht in Papers sterben, sondern als Services in Stacks einziehen. Dank des Berliner Ökosystems mit Venture-Kapital, Hochschulen und Tech-Talenten entsteht Geschwindigkeit, die anderswo oft an Gremienkultur scheitert. Kurz: Der KI-Campus Berlin ist die produktive Mitte zwischen Forschung, Code und Markt.

Der Standort bringt einen weiteren, sehr praktischen Vorteil: kurze Wege zwischen Data-Teams, Creatives und Legal. Wer jemals versucht hat, Consent-Mechaniken, Data Contracts und Kreativ-Variation über drei Kontinente zu orchestrieren, weiß, wie schnell Projekte zerfransen. Im KI-Campus Berlin lösen interdisziplinäre Squads dieses Problem durch gemeinsame Artefakte, klare Schnittstellen und geteilte Toolchains. Das beschleunigt Freigaben, verkürzt Iterationszyklen und verringert die Fehlerrate im Übergang von Konzept zu Produktion. Dadurch werden Tests nicht nur schneller, sondern auch statistisch sauberer, weil mehr valide Zyklen pro Zeiteinheit möglich sind. Am Ende zählt das, was in den Dashboards ankommt, nicht die Rhetorik. Der KI-Campus Berlin liefert genau dafür die Infrastruktur.

Wer jetzt einwenden will, dass man all das auch remote bauen kann, hat recht und liegt doch daneben. Remote funktioniert, solange es um Linienbetrieb geht, aber nicht, wenn du an die Grenzen deiner Architektur stoßt. Die Exploration neuer Modelle, die Auswahl geeigneter Vektordatenbanken oder die Feinjustierung deiner Feature Stores profitiert enorm von physischer Co-Creation. Der KI-Campus Berlin bietet eine Umgebung, in der dieses konzentrierte Arbeiten aufeinandertrifft und schnell Konvergenz findet. Ergebnis sind weniger Kommunikationsverluste und weniger technische Schuld. Das reduziert Time-to-Value und verschiebt die Aufmerksamkeit vom Statusmeeting zum Experiment. Genau dort muss modernes Marketing hin, wenn es auf Augenhöhe mit Product und Engineering agieren will.

Curriculum, Skills und Tech-

Stack: Was Marketer wirklich lernen müssen

Die Hälfte der Buzzwords im Marketing ist nützlich, die andere Hälfte teuer. Der KI-Campus Berlin trennt beides, indem er Kompetenzen entlang eines echten Produktionszyklus vermittelt. Basis ist Data Literacy, also die Fähigkeit, Datenquellen, Metriken und statistische Unsicherheiten korrekt zu lesen. Darauf bauen Skills in SQL, Python und Notebooks auf, mit denen Hypothesen schnell testbar werden. Ergänzt wird das durch Prompt Engineering, RAG-Designs und die Arbeit mit Embeddings, damit LLMs nicht halluzinieren, sondern Wissen aus deinen Quellen abrufen. Ein weiterer Block ist Tracking und Measurement ohne Third-Party-Cookies: Server-side Tagging, Consent Mode v2, Enhanced Conversions und saubere Events. Wer das beherrscht, baut aus Daten eine Engine, keine Folie.

Toolseitig setzt das Curriculum nicht auf Tool-Fetisch, sondern auf Prinzipien, die über Vendoren hinweg tragen. Für Data Pipelines heißt das: Airbyte oder Fivetran für Ingestion, dbt für Transformationslogik, BigQuery, Snowflake oder PostgreSQL als Speicherebene. Für Orchestrierung kommen Airflow oder Dagster zum Einsatz, für Feature Stores etwa Feast. Im LLM-Stack dominieren LangChain oder LlamaIndex zur Orchestrierung, Vektordatenbanken wie Qdrant, Pinecone oder Weaviate und ein Evaluationslayer für Qualitätsmetriken. Für Marketing-spezifische Workloads sind CDPs, Clean Rooms und Real-Time-Segmentation Pflicht, beispielsweise mit mParticle, Segment, Tealium oder GA4 BigQuery-Exports. Aus all dem entsteht ein Stack, der nicht hübsch wirkt, sondern performant entscheidet.

Wesentlich ist auch die Fähigkeit, mit Unsicherheit zu planen. Modelle liefern nie Wahrheit, sondern Wahrscheinlichkeiten, und jede Entscheidung erzeugt eine Opportunity Cost. Deshalb gehören A/B-Testing, CUPED, Bandits, sequentielle Tests und Power-Analysen zur Grundausstattung. Dazu kommt Econometrics für Budgetfragen, also Bayesian MMM, Kalman-Filter und Geo-Experimente. Das Curriculum am KI-Campus Berlin bringt Marketer dorthin, wo Technik nicht mehr fremd wirkt, sondern Werkzeug ist. Und weil nichts so schnell veraltet wie Tool-Interfaces, liegt der Fokus auf Konzepten, die du in jedem Stack neu zusammensetzen kannst. Genau das macht Teams unabhängig von Vendor-Agenden und Trend-Zirkus.

AI-getriebene Performance: Generative KI, Predictive Modelle und Automatisierung

Generative KI kann mehr als Headline-Bingo, wenn sie an Daten, Regeln und Feedbackschleifen angeschlossen ist. Im KI-Campus Berlin verbinden wir LLMs mit internen Wissensquellen über Retrieval-Augmented Generation, sodass

Content kontextstark, aktuell und markenkonform bleibt. Embeddings und Vektorsuche liefern semantische Nähe statt Keyword-Zufall, Policies und Guardrails kontrollieren Tonalität, Claims und rechtliche Grenzen. Die Produktion wird zur Pipeline: Briefings werden strukturiert, Varianten entstehen automatisiert, und menschliche Review-Stationen sichern Qualität. Das Ergebnis sind Kampagnen, die nicht nur schnell, sondern auch konsistent skaliert werden können. Parallel dazu sorgen Predictive Modelle für Forecasts von Nachfrage, Churn, LTV und Conversion-Propensity. Aus Kreativität und Vorhersage wird so eine steuerbare Wertschöpfung.

Automatisierung endet nicht beim Text, sondern beginnt dort erst. Bid-Algorithmen profitieren von First-Party-Signalen, die über serverseitige Events und Conversion APIs sauber gemappt werden. Budget-Pacing und Channel-Mix werden durch MMM und MTA nicht nur geplant, sondern fortlaufend rekalibriert. Reinforcement Learning, ob als Contextual Bandit oder mit Policy-Gradients, hilft bei der dynamischen Auswahl von Creatives, Placements und Zielgruppen. Wichtig ist dabei die saubere Trennung von Explorations- und Exploitationsphasen, damit du Reichweite nicht mit Rauschen verwechselst. Das Monitoring misst nicht nur CTR und CPA, sondern auch statische und dynamische Uplift-Metriken. So wird Performance nicht behauptet, sondern belegt.

Wer die Pipeline baut, folgt einem klaren Ablauf, der im KI-Campus Berlin standardisiert wurde. Damit du nicht zum hundertsten Mal bei Null anfängst, hier das kondensierte Vorgehen:

- Problem framing: Geschäftsziel, Metrikdefinition, Constraints, Risikoannahmen festschreiben.
- Datenzugriff: Events, Produktdaten, Content-Repositorien und externe Feeds per Ingestion anbinden.
- Feature Engineering: Zeitreihen, Kohorten, Text-Embeddings, Bild-Features erzeugen und versionieren.
- Modellierung: Baselines, klassische ML-Modelle, LLM-Prompts, RAG-Strategien und Guardrails entwickeln.
- Evaluation: Offline-Metriken, Human-in-the-Loop-Reviews, Red-Teaming und Bias-Checks kombinieren.
- Deployment: CI/CD, Container, Infrastruktur als Code und Canary Releases nutzen.
- Feedback: Online-Learning, Bandits oder periodische Retrains mit Drift-Erkennung etablieren.

SEO, Content und Datenstrategie: Wie der KI-Campus Berlin Standards setzt

SEO ist die Disziplin, in der Mythen besonders langlebig sind, und genau deshalb braucht es technische Hygiene. Der KI-Campus Berlin behandelt SEO als Daten- und Softwareproblem, nicht als Voodoo. Programmatic SEO generiert skalierbare, wertige Landingpages auf Basis strukturierter Daten, nicht auf

Basis dünner Templates. Entity-SEO nutzt Wissensgraphen, um Themenhoheit herzustellen, statt nur Keywords zu stapeln. Vektorsuche auf der Website liefert semantisch passende Ergebnisse und sorgt dafür, dass Nutzer finden, was sie brauchen. Das Ganze hängt an sauberem Markup, Schema.org, interner Verlinkung und robusten Sitemaps. Kurz: Architektur first, Content second, aber bitte aufeinander abgestimmt.

LLMs sind im Content-Prozess keine Zauberstäbe, sondern kraftvolle Assistenten. Mit RAG und Style-Guides lassen sich Tonalität, Claims und Compliance absichern, ohne den kreativen Kern abzusägen. Die Content-Engine produziert Varianten, testet und lernt, welche Strukturen in SERPs dominieren. Automatisierte E-E-A-T-Signale wie Autorenprofile, Referenzen, Zitationsketten und geprüfte Fakten liefern Vertrauen. Dazu kommen redaktionelle Workflows mit Human-in-the-Loop, die Fehlerquellen eindämmen, ohne Geschwindigkeit zu opfern. Das Ergebnis ist eine Content-Pipeline, die Rankingfähigkeit und Markenführung nicht als Widerspruch behandelt. Genau dieser Pragmatismus zeichnet die Arbeit am KI-Campus Berlin aus.

Damit die Maschine nicht dein Budget verbrennt, braucht es eine Evaluationsdisziplin. Aus diesem Grund arbeiten Teams im KI-Campus Berlin mit Scorecards, die semantische Qualität, Faktentreue, Lesbarkeit und Conversion-Potenzial verbinden. Dazu kommen technische Metriken wie Indexierungsquote, Crawl-Budget-Auslastung und CWV-Compliance. Ein Schritt-für-Schritt-Vorgehen schafft Klarheit und Wiederholbarkeit:

- Inventur: Content-Assets, technische Barrieren und SERP-Landschaft erfassen.
- Architektur: Informationsarchitektur, interne Links, Sitemaps und Indexierungslogik festzurren.
- Produktion: Programmatic Vorlagen, RAG-Quellen, Style-Guides und Review-Gates definieren.
- Rollout: Clusterweise veröffentlichen, messen, iterieren, skalieren.
- Monitoring: Ranking, Logs, Web Vitals und Revenue-Beitrag automatisiert überwachen.

Privacy, Compliance und Ethik: DSGVO, KI-Act und sichere MarTech-Architektur

Wer AI ohne Compliance fährt, fährt ohne Bremsen. Der KI-Campus Berlin setzt deshalb auf Privacy-by-Design und Security-by-Default. DSGVO ist kein PDF, sondern ein Architekturmuster: Minimierung, Zweckbindung, Rechteverwaltung und Auditierbarkeit. Consent Mode v2, serverseitiges Tagging und First-Party-IDs sind Pflicht, genauso wie Hashing, Salting und Differential Privacy dort, wo Aggregation notwendig ist. Clean Rooms ermöglichen kanalübergreifende Insights, ohne Rohdaten querzuschieben. Ergänzt wird das durch klare Data Contracts, die festlegen, welche Felder in welchem Kontext erlaubt sind. So wird Marketing smart, ohne riskant zu werden.

Der EU AI Act bringt Risikoklassen, Dokumentationspflichten und Anforderungen an Transparenz. Für Marketing bedeutet das vor allem: klare Model Cards, Datenherkunft, Evaluationsprotokolle und eine robuste Mensch-in-der-Schleife-Strategie. Synthetische Daten sind nützlich, aber nur, wenn sie kontrolliert generiert und eindeutig gekennzeichnet werden. Bias-Checks und Fairness-Metriken gehören in die CI-Pipeline, nicht in den Krisenordner. Rechtssicherheit ist nicht gratis, aber günstiger als Reputationsschäden und Unterlassungserklärungen. Im KI-Campus Berlin ist Compliance kein Hindernis, sondern ein Skalierungshebel, weil sie Vertrauen in die Maschine schafft. Wer Vertrauen hat, darf mehr automatisieren.

Damit Teams nicht im Regeldschungel stecken bleiben, braucht es eine pragmatische Checkliste, die im Alltag trägt. Der KI-Campus Berlin nutzt ein operatives Raster, das bei jedem Projekt abgeprüft wird:

- Datenbasis: Rechtsgrundlage, Consent-Status, Auftragsverarbeitung und Speicherorte dokumentieren.
- Modell: Trainingsdatenquellen, Evaluationssets, Bias-Analysen und Model Cards verfügbar machen.
- Auslieferung: Logging, Zugriffskontrolle, Pseudonymisierung und Incident-Response definieren.
- Transparenz: Nutzerhinweise, Opt-outs, Erklärbarkeitsnotizen und Eskalationspfade bereitstellen.
- Review: Regelmäßige Audits, Drift-Erkennung und Re-Zertifizierungen einplanen.

Infrastruktur: Vom Notebook zum Produktionscluster – MLOps und LLMOps in der Praxis

Zwischen Demo und Produktion liegen Welten, und genau dort entscheidet sich der ROI. Der KI-Campus Berlin standardisiert die Brücke: Versionierte Daten, reproduzierbare Pipelines und idempotente Deployments. Containerisierung mit Docker, Orchestrierung via Kubernetes und Infrastruktur als Code sind nicht optional, sondern Pflicht. Für klassische ML-Pipelines kommen Kubeflow, MLflow und Feast zum Einsatz, für LLM-Workloads ein Layer aus Vektordatenbank, RAG-Orchestrierung und Cache. Evaluationssysteme messen Output-Qualität, Sicherheit und Kosten pro Token. Observability deckt Halluzinationen, Latenzspitzen und Daten-Drift auf, bevor die Performance implodiert. Das Ergebnis: Systeme, die mit der Realität fertig werden.

Kostenkontrolle ist Teil der Architektur, nicht der Buchhaltung. GPUs sind teuer, Tokens auch, und deshalb braucht es Sharding, Quantisierung und intelligentes Caching. Prompt- und Embedding-Strategien werden iterativ auf Qualität und Kosten getrimmt. Hybrid-Modelle aus Open-Source und API-Diensten kombinieren Flexibilität mit Geschwindigkeit. Für latenzkritische Pfade landen Modelle on-edge, während forschungsintensive Jobs in die Cloud ausweichen. Rate Limits, Retries und Backpressure schützen Frontends vor

Kollaps. Im KI-Campus Berlin ist Resilienz kein Bonus, sondern ein Qualitätsmerkmal. Nur so halten Systeme Peak-Traffic und Kampagnenstarts aus.

Damit du siehst, wie Bausteine zusammenpassen, hier eine Referenzarchitektur in Komponentenform:

- Datenebene: Ingestion (Airbyte), Warehouse (BigQuery/Snowflake), Transform (dbt), Feature Store (Feast).
- ML/LLM: Training (MLflow), Orchestrierung (Airflow/Kubeflow), RAG (LangChain/LlamaIndex), Vektor-DB (Qdrant/Pinecone).
- Servingschicht: API-Gateway, Rate Limiter, Token-Cache, Canary-Deployments, Feature Flags.
- Observability: Logging, Tracing, Metriken, Evals, Red-Teaming und Incident-Management.
- Security & Compliance: Secrets-Management, IAM, Audit-Logs, Data Contracts und Clean Rooms.

Use Cases aus Berlin: Performance, Commerce, B2B und Non-Profit

Commerce-Teams nutzen im KI-Campus Berlin AI, um Produktfeeds, Onsite-Suche und Creatives radikal zu verbessern. RAG verankert Produkttexte in Lagerbeständen, Attributen und Bewertungen, sodass Content nicht nur hübsch, sondern korrekt ist. Recommender verdichten Klicks, Käufe und Retouren zu personalisierten Vorschlägen, die Margen berücksichtigen. Bid-Strategien erhalten First-Party-Conversions aus Server-Events, wodurch Kampagnen trotz Cookie-Erosion stabil bleiben. Onsite-Suche auf Vektorbasis findet endlich das Richtige, auch wenn Nutzer keine Fachbegriffe kennen. Die Effekte sind messbar: mehr Conversion, weniger Retouren, weniger Streuverlust. Genau dafür lohnt sich der Aufwand.

Im B2B sieht die Welt anders aus, die Prinzipien bleiben gleich. Account-based Marketing wird datengetrieben, indem Intent-Signale, Firmographien und CRM-Events zusammengeführt werden. LLMs helfen, Long-Form-Content in präzise Sales-Unterlagen zu übersetzen, inklusive rechtssicherer Claims. Scoring-Modelle priorisieren Leads, die wirklich Potenzial haben, statt das Telefonbuch anzurufen. SEO setzt stärker auf Thought Leadership und Entity-Building, gestützt durch saubere interne Verlinkung und programmatische Asset-Serien. In Summe entsteht ein Prozess, der Vertrieb und Marketing synchronisiert, statt sie gegeneinander arbeiten zu lassen. Der KI-Campus Berlin dient dabei als Sparringspartner und Qualitätsfilter. Weniger Noise, mehr Pipeline.

Non-Profit-Organisationen profitieren von AI, wenn sie Reichweite effizient mit Wirkung koppeln. Sprachmodelle übersetzen komplexe Themen in verständliche Stories, ohne Substanzverlust. Predictive Modelle helfen, Spenderkohorten zu halten und Kampagnenzeiten optimal zu wählen. SEO

fokussiert auf Informationsarchitektur und Barrierefreiheit, damit Inhalte auffindbar und nutzbar sind. Compliance-Fragen werden besonders streng behandelt, um Vertrauen nicht zu verspielen. Durch Data Clean Rooms lassen sich Partnerkanäle datenarm, aber wirkungsvoll koordinieren. Das Ergebnis: mehr Impact pro Euro, ohne das Ethos zu verraten.

Karriere, Netzwerk und Finanzierung: Warum der KI-Campus Berlin ein Hebel ist

Karrieren im Marketing verschieben sich Richtung Tech, und wer das ignoriert, spielt rückwärts. Der KI-Campus Berlin bietet Rollenprofile, die nicht in alten Schubladen stecken bleiben: Marketing Engineer, AI Content Architect, Measurement Lead, Growth Data Scientist. Trainings sind praxisnah, mit echten Stacks, echten Daten und echten Deadlines. Mentoring-Programme verbinden Talente mit Teams, die liefern, nicht nur reden. Hinzu kommt ein Partnernetz aus Agenturen und Tech-Firmen, die auf der Suche nach Leuten sind, die mehr können als Decks bauen. Wer hier lernt, landet nicht in einer Toolsackgasse, sondern auf einer Lernkurve. Genau das unterscheidet Jobs von Karrieren.

Finanzierung ist die andere Seite der Medaille, und auch hier schafft das Berliner Ökosystem Vorteile. Förderprogramme, Corporate-Partnerschaften und Venture-Kapital beschleunigen Projekte aus dem Campus in die Praxis. Labs ermöglichen Co-Development, bei dem IP sauber geregelt und Wertschöpfung fair verteilt wird. Der KI-Campus Berlin kuratiert Projekte, die nicht nur im Pitch glänzen, sondern in KPIs überzeugen. Das reicht von Pilotbudgets über PoCs bis zu skalierenden Rollouts. Mit klaren Metriken, sauberem Tracking und robusten Architekturen werden Entscheidungen faktenbasiert. So entsteht Vertrauen – und Budgetfluss.

Wer in dieses Netzwerk einsteigt, investiert nicht nur in Wissen, sondern in Geschwindigkeit. Die Anschlussfähigkeit an Teams, die bereits liefern, erspart Umwege und Fehlschläge. Gleichzeitig bleibt genug Raum für Forschung und Exploration, denn ohne Neugier stagnieren Systeme. Der KI-Campus Berlin hält dieses Gleichgewicht, indem er den Transfer institutionalisiert. Am Ende geht es nicht um das nächste Buzzword, sondern um tragfähige Lösungen. Genau deshalb lohnt sich die Reise. Und genau deshalb ist jetzt der richtige Zeitpunkt.

Zusammengefasst: Der KI-Campus Berlin ist kein Ort für Hochglanz-Folklore, sondern eine Fabrik für wirksames, AI-first digitales Marketing. Er vereint Technik, Daten, Kreativität und Rechtssicherheit in einer Produktionslogik, die auf Outcomes optimiert. Von Curriculum über Infrastruktur bis zu Use Cases ist alles darauf ausgerichtet, Geschwindigkeit mit Qualität zu verbinden. Das verhindert Fehlinvestitionen und schafft Wettbewerbsvorteile, die sich nicht wegdiskutieren lassen.

Wenn du die Zukunft des Marketings nicht nur sehen, sondern bauen willst,

brauchst du Orte wie diesen. Orte, an denen Hypothesen getestet, Fehler schnell gelernt und Erfolge skaliert werden. Der KI-Campus Berlin ist genau so ein Ort. Bring deine Daten, deine Fragen und deine Ambitionen mit. Den Rest klären wir mit Code, Metriken und der nötigen Portion Berliner Pragmatismus.