

Digital Customer Twins im Marketing: Wie KI die Entscheidung im Cultural Marketing verändert.

Lars Bendix-Düysen startet BENDIX ENTERTAINMENT: Das erste System, das Artist-Deals, Sponsorships und Entertainment-Kooperationen mit KI-basierten Zielgruppenmodellen bewertet

München, 18. März 2025. Marken investieren Millionen in Artists, Sponsorships und Entertainment-Kooperationen, auf Basis von Erfahrung, Netzwerk und Bauchgefühl. Eine belastbare Datenbasis fehlt. Ob ein bestimmter Artist, Athlet oder Creator tatsächlich zur Marke passt, kann kaum eine Agentur nachweisen, das will BENDIX ENTERTAINMENT ändern.

Das Unternehmen, gegründet von Lars Bendix-Düysen, verbindet zwei einzigartige Erfahrungswelten: Als Architekt der globalen Partnerships-Division bei Sony Music und als Verantwortlicher für Entertainment-Benefits bei Telefónica O2 hat Bendix-Düysen bewiesen, dass Entertainment-Kooperationen nicht nur Awareness erzeugen, sondern direkt auf Kernkennzahlen wie Churn-Rate und Kundenloyalität wirken.

Das System dahinter:

- **Data & Intelligence Reports:** Objektive, vergleichbare Analysen zu Artists, Creators, Athleten und Celebrities – bewertet nach Zielgruppen-Fit, Kultur-Fit, Brand-Safety und realem Media-Value. Entertainment-Assets werden wie klassische Media-Placements bewertet: mit Reichweite, CPM-Korridoren und Brand-Fit-Scoring.
- **Talent & Rights Procurement:** Direkter Zugang zu relevanten Talenten über ein globales Netzwerk. BENDIX ENTERTAINMENT strukturiert und verhandelt Partnerschaften und Verträge selbst, inklusive Music Rights Clearing
- **AI-Kampagnenentwicklung via Digital Customer Twins:** KI-basierte Zielgruppenmodelle mit über 50 Attributen – Plattformnutzung, Wertesysteme, Markenaffinitäten, Content-Trigger. Kampagnen werden vor dem Launch am Modell simuliert und optimiert. Dabei werden nicht nur Zielgruppen modelliert, sondern auch Artists, Athleten und Creator selbst. BENDIX ENTERTAINMENT analysiert damit erstmals beide Seiten des Deals datenbasiert.

„Cultural Marketing war bislang ein emotionales Argument. Wir machen es zu einem strategischen. Marken brauchen kein besseres Bauchgefühl, sie brauchen Daten, die im CFO-Gespräch standhalten“, so Lars Bendix-Düysen, Founder, BENDIX ENTERTAINMENT

BENDIX ENTERTAINMENT setzt auch auf strategische Partnerschaften. Mit Serviceplan Culture, einer der führenden Agenturen im Bereich Cultural Marketing, besteht eine enge operative Zusammenarbeit. Erste gemeinsame Projekte sind in Vorbereitung.

Über BENDIX ENTERTAINMENT

BENDIX ENTERTAINMENT ist ein auf Cultural Marketing spezialisiertes Beratungs- und Infrastrukturunternehmen. Das Leistungsangebot umfasst datenbasierte Talent-Analysen, globales Talent- und Rights-Procurement sowie KI-gestützte Kampagnenentwicklung über Digital Customer Twins. Gegründet von Lars Bendix-Düysen, ehemals Sony Music und Telefónica O2.