

Höchste Qualität in der Produktkommunikation – 130 Unternehmensvertreter auf der PROKOM 2010

8. Fachkongress zeigt neue Wege für erfolgreiche und effiziente Produktkommunikation

Im Mittelpunkt der 8. PROKOM standen vom 23. bis 25. Februar 2010 zahlreiche Erfahrungsberichte zu Best Practices und Stolpersteinen in der Produktkommunikation. Unter der fachkundigen Moderation von Prof. Dr.-Ing. Klaus Thaler (Hochschule der Medien) präsentierten 19 Referenten aus mittleren und großen Unternehmen unter dem Motto „Information goes international“ ihre Sicht auf Technologien, Methoden und Perspektiven erfolgreicher und effizienter Produktkommunikation.

Auf inhaltlich hohem Niveau haben trotz der schwierigen wirtschaftlichen Lage 130 Unternehmensvertreter die PROKOM besucht und für einen spannenden und erfolgreichen Verlauf gesorgt. Bereits das dem Kongress voran geschaltete Seminar war ein absolutes Highlight. Thomas Lucas-Nülle, Geschäftsführer der LNC Group GmbH & Co. KG zeigte Herangehensweisen und Lösungen für das Thema Übersetzungsmanagement. Vor allem die vielen technischen Hinweise z.B. zur Einbettung in bestehende ERP, PIM und CMS Tools und der Marktüberblick zu Systemen für das Übersetzungsmanagement zeigten, in welche Richtung die Entwicklung geht.

Am 24. Februar 2010 startete der Kongress mit der viel beachteten Eröffnungs-Keynote von Friedhelm Hausmann, Vorsitzender im Vorstand eCI@ss e.V. und Projektleiter Einkaufsprozesse und Systeme bei der Audi AG. Die große Bedeutung, die standardisierte Produktbeschreibungen für den reibungslosen elektronischen Geschäftsverkehr haben, hätte kaum deutlicher herausgearbeitet werden können. Im weiteren Verlauf präsentierten Weltkonzerne wie z.B. Microsoft und 3M, aber auch Mittelständler wie die Renner GmbH oder die Festo AG Ideen und Erfahrungen zu guter Produktkommunikation. Zum Abschluss des ersten Kongresstages wurden in einer lebendigen und interaktiven Diskussion die Auswirkungen der BDSG-Novelle auf das Direktmarketing und die Produktkommunikation in Deutschland analysiert und noch einmal anhand des von Georg Wiedenhofer interessant aufbereiteten Beispiels bauMax AG die Erfahrungen mit PIM-Systemen reflektiert.

Im Anschluss an diese Fülle spannender Vorträge fand die gemeinsame Abendveranstaltung auf den Spuren Gutenbergs statt, die den Teilnehmern die Sehenswürdigkeiten von Mainz näher brachte und mit einer Einkehr und einem geselligem Abend endete.

Im Verlauf des zweiten Kongresstages wurden nach einem fundierten Auftaktreferat zu Kennzahlen für die Effizienz in Marketing und Verkauf von Prof. Dr. Sven Reinecke (Universität St. Gallen) in 4 Intensivworkshops zentrale Themen vertieft. Besonders spannend verlief die Diskussion in der von Jürg Hofer (Emmi Schweiz Ag) geleiteten Workshopgruppe rund um das

Thema Stammdatenmanagement. Offensichtlich treibt die Frage „Welches Stammdatenmanagement brauche ich für mein Unternehmen?“ viele Verantwortliche an und so wurden die besten Ansätze zur Methodik und zum Tooleinsatz lebhaft diskutiert und analysiert. Am Nachmittag begeisterte Michelle Euzet (ZF Services GmbH) die Zuhörer mit ihrem Beitrag zur Optimierung weltweiter Marketingprozesse und Thoralf Bock (Henkel AG & Co. KGaA) überzeugte mit dem Ansatz, die Nutzer in den Mittelpunkt zu stellen und zentrale Suchmaschinen zu etablieren.

Als abschließendes Highlight zeigte Bernhard Schreier, Vorsitzender des Vorstands der Heidelberger Druckmaschinen AG, warum auch im digitalen Zeitalter der Printbereich ein Motor für die erfolgreiche Produktkommunikation ist. Auch wenn die Teilnehmer auf der PROKOM schon jetzt die digitale Produktkommunikation der Zukunft entwickeln und vorausplanen, ist Print auf absehbare Zeit immer noch ein wesentlicher Bestandteil im erfolgreichen Kommunikations-Mix.

Die begleitende Fachausstellung bot den Teilnehmern einen Überblick über Dienstleistungen, Produkte und Kommunikationslösungen. Verschiedene Anbieter verfolgen das Ziel, in diesem Segment möglichst auf den Kunden zugeschnittenen Lösungen zu entwickeln und so informierten sie die Teilnehmer über ihr breites Spektrum, das von der Analyse der Systemarchitektur, der Übernahme der Produktinformationen in spezifische PIM-Systeme bis hin zum Betrieb der Anwendung im Unternehmen reichte.

Das Thema Produktkommunikation ist immer noch im dynamischen Wandel und die vielen Anregungen und Ideen der PROKOM 2010 versprechen für die vom 22. bis 24. Februar 2011 geplante 9. PROKOM wieder spannende Themen und interessante Diskussionen.

Weitere Informationen finden Sie unter www.prokom-kongress.de

Pressekontakt:

Anne Pape
Neue DEUTSCHE KONGRESS GmbH
Geleitsstraße 14
60599 Frankfurt / Main
Tel.: 069 / 63006 - 668
Fax: 069 / 63006 - 969
E-Mail: pape@deutsche-kongress.de
Internet: www.prokom-kongress.de

Über den Veranstalter
DEUTSCHE KONGRESS ist unabhängig und informiert in hochkarätigen B2B-Veranstaltungen über Trendthemen. Sie bietet Führungs- und Fachkräften aus Wirtschaft, Industrie, Politik und Forschung Plattformen für Wissenstransfer und Meinungsaustausch. www.deutsche-kongress.de