

PROKOM

WWW.PROKOM-KONGRESS.DE

4. KONGRESSMESSE FÜR ERFOLGREICHE UND EFFIZIENTE PRODUKTKOMMUNIKATION



Lorenz Mayer-Kaupp, Marketing-Communications,
Zumtobel Lighting GmbH, 2-maliger Gewinner des
„Katalogbenchmarks“



Dr. Hans-Georg Häusel, Vorstand der Gruppe Nym-
phenburg AG und Erfolgsautor der Bücher „Think
Limbic! – Die Macht des Unbewussten verstehen und
Nutzen für Motivation, Management und Marketing“,
„BrainScript/Brain View – warum Kunden kaufen“
und „Neuromarketing“



Thomas Lipke, Geschäftsführender Gesellschafter,
Globetrotter GmbH

Neue Wege zur Individualisierung und Internationalisierung der Kommunikation

*Kostenersparnis und kürzere
Time-To-Market in Print und Web*



16.-18. Februar 2009
Rheingoldhalle Mainz

KOOPERATIONSPARTNER



MIT FREUNDLICHER UNTERSTÜTZUNG VON



VERANSTALTER

DEUTSCHE KONGRESS

PROKOM 2009: INTERNATIONALISIERUNG TRIFFT INDIVIDUALISIERUNG

Sehr geehrte Damen und Herren,

für Unternehmen, die eine Vielzahl an Zielgruppen in diversen Märkten schnell über neue Produkte informieren wollen, ist die klassische Erstellung von Kommunikationsmitteln eine Sackgasse - zu langsam, zu teuer, zu unflexibel.

Denn als international agierendes Unternehmen müssen Sie nicht nur in der jeweiligen Landessprache kommunizieren, sondern Ihre Produktkommunikation auch auf die spezifischen Markt-Bedingungen und Kundenvorlieben anpassen. Und das möglichst schnell und effizient, um die Time-to-Market der Produkte zu beschleunigen. Eine weitere Herausforderung: Der wachsende Trend zu individualisierter Kommunikation, die jeden einzelnen Kunden bei seinen persönlichen Bedürfnissen abholt und die Kaufentscheidung gezielt wie nie beeinflusst.

Ohne eine Standardisierung der Inhalte und Prozesse sowie eine Automatisierung bei der Produktion der Kommunikationsmittel sind diese Ziele nicht mehr zu erreichen. Schon gar nicht, wenn sämtliche Print- und Online-Kommunikationskanäle genutzt werden sollen.

Kommen Sie zur PROKOM 2009 und entdecken Sie anhand konkreter Praxisbeispiele, welche Möglichkeiten und Chancen Ihnen effizientes Product Information Management (PIM) bietet. Informieren Sie sich über die aktuellen Entwicklungen, Lösungen und Technologien. Und sprechen Sie selbst mit Experten und Fachkollegen über ihre Erfahrungen.

Ich freue mich auf Sie bei der PROKOM 2009.
Jetzt erstmals vom 16.-18. Februar in Mainz.



L. Schulz-Nigmann

Lüder Schulz-Nigmann
Projektleiter PROKOM 2009

Sehr geehrte Damen und Herren,

die nunmehr 4. Kongressmesse für erfolgreiche und effiziente Produktkommunikation findet im Jahr 2009 zum ersten Mal in Mainz statt.

Mainz der geborene Veranstaltungsort für eine Messe wie die PROKOM. Mainz ist eine wichtige Medienstadt in Deutschland. Hier hat das Zweite Deutsche Fernsehen seinen Sitz ebenso wie zahlreiche Medienunternehmen.

Mainz ist aber insbesondere die Stadt, in der Johannes Gutenberg in der Mitte des 15. Jahrhunderts das Drucken mit beweglichen Lettern erfunden hat. Dies war der Beginn einer technischen Revolution, die die, wie wir heute sagen würden, Medienwelt über Jahrhunderte hinweg nachhaltig verändert hat. Viele Jahre hindurch gab es nur eine Möglichkeit, Informationen und Mitteilungen aufzuzeichnen, zu speichern und weiterzureichen. Heute bewegen wir uns in einer anderen Medienlandschaft. Wir sind Zeugen und Mitgestalter einer weiteren Medienrevolution, nämlich der atemberaubenden Entwicklung der elektronischen Medien.

Ich finde es lohnend und lobenswert, dass sich die 4. PROKOM

in Mainz ausschließlich dem Thema „Erfolgreiche und effiziente Produktkommunikation“ widmet. Wie die moderne Marktkommunikation gleichzeitig individuell und internationalisiert zu gestalten ist - das werden die Besucher der 4. PROKOM in Mainz vom 16. - 18. Februar 2009 ausführlich nahe gebracht bekommen.

Ich beglückwünsche die Veranstalter der PROKOM ausdrücklich zur Wahl von Mainz als neuem Standort für die Messe PROKOM.

Mit freundlichen Grüßen



Hendrik Hering
Minister für Wirtschaft, Verkehr,
Landwirtschaft und Weinbau
Rheinland-Pfalz

SO PROFITIEREN SIE VON DER PROKOM 2009:

Die **PROKOM 2009** ist der Event des Jahres rund um **Product Information Management** und **automatisiertes Publizieren**. Lassen Sie sich diese Gelegenheit nicht entgehen, vom Wissen der namhaftesten **PIM-Experten** für Ihr Unternehmen zu profitieren und melden Sie sich noch heute an.

- **EFFIZIENTE LOKALISIERUNGEN:** Entdecken Sie, wie Sie Kommunikationsmittel schneller übersetzen, an lokale Marktbedingungen anpassen und damit schneller Umsatz generieren
- **KOMMUNIKATION AUF KNOPFDRECK IN PRINT & WEB:** Erfahren Sie, wie Sie Produktinformationen in Katalogen, Broschüren, Websites und Online-Shops automatisiert erzeugen und aktualisieren
- **PROZESS-OPTIMIERUNG:** Erleben Sie, wie PIM die Prozesse bei der Erstellung von Kommunikationsmitteln vereinfacht und beschleunigt
- **INDIVIDUALISIERTE KOMMUNIKATION:** Informieren Sie sich über die Möglichkeiten, durch PIM mit Ihren Kunden individualisiert und noch gezielter zu kommunizieren
- **KONSISTENTE DATEN:** Entdecken Sie, wie Sie einen medienneutralen Datenpool schaffen und für medienübergreifende Kommunikation nutzen
- **PRAXISBEISPIELE & NETWORKING:** Tauschen Sie sich intensiv mit Experten und Ihren Fachkollegen über konkrete PIM-Projekte und Ihre Erfahrungen aus.

FACHBEIRAT DER PROKOM 2009



Prof. Dr. Elgar Fleisch, Professor für Technologie- und Informationsmanagement an der Universität St. Gallen/ETH Zürich, Co-Chair Auto-ID Labs/M-Lab



Peter Keller, Fachgebietskoordinator Produktkonfiguration, PHOENIX CONTACT GmbH & Co. KG



Heino Hilbig, Head of Corporate Communications & Marketing Services, Olympus Europa GmbH



Holger Kett, Senior Researcher und Consultant im Competence Center »Electronic Business« am Fraunhofer IA0 in Stuttgart



Rainer Holthaus, Leiter Internationale Produktdokumentation, Hella KGaA Hueck & Co.



Thomas Lucas-Nülle, Geschäftsführer, Lucas-Nülle Consulting & Partner

SEMINARPROGRAMM

TAG 1: MONTAG, 16.02.2009

10:00 – 17:00 Seminar 1 Einführung in das Information Supply Chain Management

Bausteine PIM, MDM, E-Katalog und E-Shop

- Mehrsprachigkeit durch Wiederverwendung und Translation
- Memory effizient gestalten
- Datenkonsistenz durch intelligentes Matchen und Überprüfen von Daten.
- Abbildung von Beziehungswissen uvm.

Der Lösungsauswahlprozess

- Wie definiere ich sinnvoll Anforderungen, dass Anbieter und Kunde das Gleiche meinen?
- Fragen im Workshop richtig stellen: Was funktioniert und was funktioniert nicht?
- Funktionale und kaufmännische Auswahl: Welche Methodik führt zum Ziel der Projektgenehmigung?

ISCM-Projektmanagement

- Wie ist das Projekt in der Organisation verankert?
- Einbindung von Lastenheften
- Wann endet das Projekt?

Zusammenfassung der Ergebnisse und Gelegenheit für Fragen.

Ihr Seminarleiter:

Thomas Lucas-Nülle, Geschäftsführer, Lucas-Nülle Consulting & Partner



10:00 – 17:00 Seminar 2 Brand Management effektiv umsetzen: Strategien, Prozesse und Nutzen

- Definition eines effizienten Brand Management-Prozesses
- Kernaufgaben und Erfolgsfaktoren der Markenführung
- Wie man den Chef und die eigene Organisation überzeugt
- Heilsbringer Marktforschung?
- Rational oder emotional: die ideale Markenpositionierung
- So erhöht man Werbeeffizienz
- Markenführung in Krisenzeiten: konkrete Tipps

Ihre Seminarleiterin:

Dr. Christine Wichert, Geschäftsführerin, Logibrand GmbH



KONGRESSPROGRAMM

TAG 2: DIENSTAG, 17.02.2009

09:00 – 09:15 Begrüßung durch den Vorsitzenden

09:15 – 10:00 **Eröffnungs-Keynote:** Wie Käufer zu Verbündeten werden! Das Limbische Entscheidungssystem.

- Die Macht des Unbewussten und wie Kaufentscheidungen im Gehirn tatsächlich fallen
- Emotional Boosting: Wie man Mehrwert im Gehirn schafft
- Cues & Codes: Das Management der unbewussten Kaufsignale
- Limbic® Types: Neuropsychologische Zielgruppen
- Brain Brands: Was starke Marken ausmacht



Dr. Hans Georg Häusel, Vorstand, Gruppe Nymphenburg AG

10:00 – 10:45 Neue Wege zum Kunden - Best Practice im Multichannel-Vertrieb

- Branded Entertainment und Content Related Shopping
- Community Building als Erfolgsstrategie
- Multichannel - liegt die Zukunft in der Vielfalt?



Thomas Lipke, Geschäftsführender Gesellschafter, Globetrotter Ausrüstung GmbH

10:45 – 11:30 Kaffeepause und Besuch der Fachausstellung

11:30 – 12:15 Kataloge im Brennpunkt zwischen Entstehung, Automation und Zielvorgaben

- Prozessfallen und Ursachen (making ends meet)
- Struktur und richtige Reihenfolgen im Katalogprojekt (agieren statt reagieren)
- die Prozesskette trägt so gut wie ihr schwächstes Glied: mögliches Optimierungspotential



Lorenz Mayer-Kaupp, Marketing-Communications, Zumtobel Lighting GmbH

12:15 – 13:00 Intelligenter Produktkatalog – nächsthöhere Ausbaustufe des Katalogs bei Siemens Richtung Konfigurator

- Intelligent? Antizipation der Kundenwünsche!
- Voraussetzungen, Ist-Situation bei Siemens
- Vorgehen: Von der Definition bis zur Implementierung
- Kundennutzen, Return-on-Investment?



Erwin Mustapha, E-Commerce Projektleiter, Siemens Schweiz AG

13:00 – 14:30 Mittagessen und Besuch der Fachausstellung

FACHFORUM A

Internationalisierung

Wie globale Unternehmen schneller die Sprache Ihrer Kunden sprechen

14:30 – 15:15 Integrierte Produktkommunikation: die tatsächliche Bedeutung von Software, Prozessen und Outputs – Ein Einblick in die Vorgehensweise der ACO Passavant GmbH

- Ausgangssituation und Strategie im Bereich „integrierte Produktkommunikation“ bei ACO
- Auswahl des Partners auf Basis der Strategie im Spannungsfeld zwischen Softwareherstellern, Agenturen und spezialisierten Dienstleistern
- Projektvorgehen: Strategie → Outputs → Prozesse → Systeme
- Erfolgsfaktoren: Welche Punkte entscheiden über Erfolg/Misserfolg und warum?



Daniel Vogel, Marketing Manager, ACO Passavant GmbH

15:15 – 16:00 „Von Sushi, Burgern und Sauerkraut“ – Fünf Jahre PIM-Publishing in einem Global agierenden Unternehmen.

- Der Spagat zwischen Corporate Design und lokalen Anforderungen am Beispiel eines japanischen und europäischen Kataloges
- Lokale Interpretation von Attributen, Werten und Texten zur Erfüllung lokaler Anforderungen und der Einfluss auf die Datenqualität
- Der Einfluss von globalen Systemen auf Produktsortimente und deren Darstellung
- Von statischen Modulen zu dynamischen Katalogen, lokale Ideen für ein globales System



Kersten Wirth, Projektmanager Cross-Media-Publishing, Leiter EU-Media Produktion, HellermannTyton GmbH

16:00 – 16:45 Kaffeepause und Besuch der Fachausstellung

16:45 – 17:30 Unternehmen auf den Weg zur bedarfsgerechten Produktkommunikation, welche Voraussetzungen müssen geschaffen werden?

- Das Internet / globale Kunden
- Multi – Channel – Informationskonsumenten
- Aufbau eines zentralen Product Information Management Systems



Johanna Hofmann, Key Account & Partner Management, comgroup GmbH/Member of the Würth Group

FACHFORUM B

Kataloge, Broschüren, Flyer

Effiziente Erstellung von Print-Werbemitteln und Promotions auf Knopfdruck

14:30 – 15:15 Cross Media Publishing – Zwischen Theorie und Praxis



Ralf Döring, Projektleiter E-Business/IT, DORMA GmbH & Co. KG

15:15 – 16:00 Ready2Print bei Siemens

- Warum Ready2Print?
- Funktionen und Templates
- Benutzer in der ganzen Welt
- Entwicklung



Iris Buttinoni, Marketing and Communications Manager, Siemens AG

16:00 – 16:45 Kaffeepause und Besuch der Fachausstellung

16:45 – 17:30 Mit integrierten Marketing- und Informationsprozessen zur erfolgreichen automatisierten Werbemittelproduktion

- Marketing Planung, Execution, Intelligence und Prozessen
- Automatisierte Katalogproduktion
- Media Asset Management
- Product Information Management
- Translation Management
- Web-to-Print



Thomas Eusterholz, Vorstand, DTS Medien AG



Peter Gosch, Geschäftsführer, UPPER Network GmbH

FACHFORUM C

Prozesse in der Produktkommunikation

PIM als Katalysator für effiziente Kommunikationsprozesse

14:30 – 15:15 PIM einführen – aber richtig! Oder: Prozessoptimierung als Voraussetzung für erfolgreiche Produktkommunikation?

- Unternehmen und Märkte im Wandel
- Voraussetzungen für erfolgreiche Produktkommunikation
- Praxisbeispiel Prozessanalyse Medienproduktion
- Fazit: Gestaltungsregeln und Konsequenzen



Prof. Dr. Klaus Thaler, Hochschule der Medien Stuttgart

15:15 – 16:00 PIM als Voraussetzung für Integrierte Unternehmenskommunikation

- Motivation: Vom Produktwettbewerb zum Kommunikationswettbewerb
- Wie kann man als mittelständischer Hersteller in diesem globalen Kommunikationswettbewerb bestehen?
- Neuer Ansatz: Integrierte Unternehmenskommunikation
- Zentrale Gesichtspunkte: Konsistenz und verschiedene Zielgruppen
- Sicherstellung der Konsistenz bzgl. Inhalt, Terminologie und Layout mittels PIM
- Netzwerk verschiedener Publikationen zur optimalen Informationsversorgung
- PIM als Grundlage für erfolgreiche Unternehmenskommunikation



Dr. Gerhard Kirchner, MAICO Elektroapparate

16:00 – 16:45 Kaffeepause und Besuch der Fachausstellung

16:45 – 17:30 Produktdatenkonsolidierung mit dem Oracle Warehouse Builder – ein Erfahrungsbericht

- Projektanforderungen/ablauf
- Konzept
- Systemarchitektur/OWB Architektur

Andrea Hesselbach, Application Consultant Business and Product Information, Merck KGaA

17:30 – 18:15 PLENUM

Die neue Ehrlichkeit in der Markenführung

- Ehrlich währt am längsten – auch im Marketing?
- Die Wandlung der Liebe
- Von rationalen zu emotionalen Markenwerten und wieder zurück
- Konkrete Do's and Dont's



Dr. Christine Wichert, Geschäftsführerin, Logibrand GmbH

Ab 18:30 Abendveranstaltung



Die **DEUTSCHE KONGRESS** lädt Sie nach dem ersten Kongresstag ganz herzlich zum Abendessen und Networking ein. Genießen Sie den Abend in angenehmer Atmosphäre im „Rheingold“ mit Panoramablick über den Rhein.

RHEINGOLD

TAG 3: MITTWOCH, 18.02.2009

FACHFORUM D

Individualisierung

Maßgeschneiderte Kommunikation für individuelle Kundenbedürfnisse

09:00 – 09:45 Vom Produkt- zum Kundenfokus

- Klassischer Vertriebsweg und Herausforderungen
- Wege zur Transparenz
- Potential



Kai Fett, Teamleiter CRM, Vaicon Vaillant Consulting GmbH

09:45 – 10:30 Automatisierung trifft Individualität – wie IT das Marketing entlastet.

- wie das Marketing Herr der eigenen Daten werden kann
- Komplexitätsreduzierung durch vereinheitlichtes Datenmanagement
- Prozessoptimierung durch automatisiertes Übersetzungsmanagement



Kerstin Göcke, Head of Corporate Communications, Parador GmbH & Co. KG

10:30 – 11:15 Kaffeepause und Besuch der Fachausstellung

11:15 – 12:00 Standardisierte, zielgruppenorientierte und produktübergreifende Komplettlösung für Marketing-Kampagnen und -Produkte am Beispiel des MarktService-Portals im genossenschaftlichen Verbund

- CI-konforme einfache Gestaltung und Bestellung von Flyern, Broschüren, Anzeigen und Visitenkarten
- Gestaltung/Individualisierung
- Bestellung/Warenkorb
- Preisermittlung
- Druck
- Auslieferung/zielgenaue Distribution



Marc Singer, Organisation, Deutscher Genossenschafts-Verlag eG

FACHFORUM E

Web-Kataloge & Web-Shops

Optimierungsstrategien für E-Commerce durch Online-Marketing und Online-Vertrieb

09:00 – 09:45 PIM als Baustein eines erfolgreichen E-Commerce Lösungsportfolios

- Anforderungen an ein E-Commerce Lösungsportfolio
- Bausteine eines E-Commerce Lösungsportfolios
- PIM als zentraler E-Commerce Baustein
- Zukünftige Bedeutung von PIM im Kontext von E-Commerce



Frank Küstner, Associate Director Global E-Commerce, QIAGEN GmbH

09:45 – 10:30 PIM / Web 2.0 / SOA / SaaS

- Was ist der ausschlaggebende Faktor für eine erfolgreiche E-Commerce Strategie?
- Rückblick auf mehr als 10 Jahre E-Commerce
- Entwicklungen und Trends
- Neue Technologien und Geschäftsmodelle



Michael Bertsch, Inhaber, mibekon Michael Bertsch Consulting

10:30 – 11:15 Kaffeepause und Besuch der Fachausstellung

11:15 – 12:00 PIM on Demand für einen Büroartikel-Webshop

- Warum PIM auch für kleinere Handelsunternehmen?
- Entscheidungsgründe für PIM als SaaS-Lösung
- Tägliche Praxis bei mcbuero.de



Ralf Lorenz, Geschäftsführer, Mc Büro GmbH

FACHFORUM F

Technische Dokumentation für den internationalen Markt

Übersetzungsmanagement, kürzere Time-To-Market, Reduzierung von Fehlern, Wiederverwendung

09:00 – 09:45 Rechtskonforme Produkt begleitende Informationen (Anleitungen, Verpackungen, Kataloge, Werbeaussagen)

Warum billig immer häufiger unbezahlbar wird

- Kurze Erläuterung rechtlicher Anforderungen (GPSG, ProdHG, BGB etc.)
- Beispiele für Instruktionsfehler und ihre Konsequenzen im nationalen und internationalen Umfeld
- Wie sich Hersteller schützen können



Martin Galbierz, (Öffentlich bestellter und vereidigter Sachverständiger für Technische Dokumentation) Leiter DocLab – Prüfstelle für Technische Dokumentation, TÜV SÜD Product Service GmbH

09:45 – 10:30 Erfahrungen bei der Einführung eines effizienten Übersetzungsprozesses für die Technische Dokumentation

- Prozessanalyse bestehender Übersetzungsprozesse
- Anforderungen von Bosch Thermotechnik an einen neuen Übersetzungsprozess
- Prozessautomatisierung
- Prüfung der Übersetzungen durch firmeneigene Reviewer in den Zielmärkten
- Terminologiemanagement
- Lessons Learned, Kennzahlen und weitere geplante Schritte



Jerome Leicht, Leiter Technische Dokumentation, Bosch Thermotechnik GmbH

10:30 – 11:15 Kaffeepause und Besuch der Fachausstellung

11:15 – 12:00 Produktdaten aus ERP/PIM in der Terminologieplattform bei Eppendorf – eine Symbiose mit Mehrwert



- Terminologie-Management bei der Eppendorf AG
- Einführung Terminologie
- Aktueller Status
- Einbindung der Artikeldaten zur Terminologie-Recherche
- Import der Artikeldaten
- Beispiel-Recherchen



Dr. Ulrich Pinkernell, Spezialist Technische Kommunikation, Eppendorf AG
Dr. Rachel Herwartz, Inhaberin TermSolutions

12:00 – 12:45 PLENUM

Monatliche Katalogproduktion in 28 Sprachen – Erfahrungen aus der Praxis internationaler Medienproduktion.

- Wechselnde Katalogstrategien – Wachsende Anforderungen
- Internationale Expansion – Globalisierung des Workflows
- Was geht mit PIM – was geht nicht mit PIM?
- Präventive Maßnahmen gegen Fehlerquellen
- Wie behalten wir die Projektkosten im Griff?



Dieter Beller, Media Services Manager, LR Health & Beauty Systems

12:45 – 14:00 Mittagessen und Besuch der Fachausstellung

14:00 – 14:45 MAM – Willkommen im Supply Chain Management

- WER – MAM Historie – Konsequenz für die Auswahl des Partners
- WIE – MAM Infrastruktur – Konsequenz für die Topologie
- WAS – Die Logistik der Dinge – Supply Chain Management als Konsequenz
- Wieso nicht den ganzen Kuchen? – Dank Phasenmodell den Magen nicht verderben
- Visuelle Kunden-Beispiele aus der Industrie



Temel Kahyaoglu, Geschäftsführer, Visual Interface

14:45 – 15:30 bauMax Kommunikation – DIY Marktführer in Zentral- und Mitteleuropa

- 4 Welten unter einem Dach
- 8 Länder – 2 Konzepte – 1 Marke
- „I do it my way“ als Kampagne
- Energiesparen als Themenführerschaft



Georg Wiedenhofer, Leiter Konzernmarketing, bauMax AG

15:30 – 15:45 Kaffeepause und Besuch der Fachausstellung

15:45 – 16:30 Gutenberg 2.0 mit 160.000 Cicero-Unikaten oder: Wie individualisierte Print-Medien gegenüber elektronischen Medien gewinnen können

- Case Study: „160.000 Cover, 160.000 Unikate“
- Wie Print-Medien ihre Kunden individualisiert ansprechen kann
- Warum das CRM der Print-Verlage einzigartig ist
- Was online noch immer nicht kann



Martin Paff, Verlagsgeschäftsführer, Ringier Deutschland

16:30 – 17:00 Information Supply Chain Management – Oder: Formel 1-Rennen im Dunkeln und ohne Licht fahren.

- Warum sind Projekte zum Informationsmanagement eine so große Herausforderung für Projektteam und Unternehmen?
- Worin liegen die wesentlichen Unterschiede zum „klassischen“ Supply Chain Management?
- Ein Informationsfluss in Lichtgeschwindigkeit bedeutet noch lange nicht, dass alles überall aktuell ist. Warum nicht?
- PIM und ISCM: Ein Erfahrungsbericht aus über fünf Jahren Beratungstätigkeit.



Thomas Lucas-Nülle, Geschäftsführer, Lucas-Nülle Consulting & Partner

17:00 ENDE DER PROKOM 2009

DIE AKTUELLSTEN NACHRICHTEN UND PROGRAMMINFORMATIONEN ZUR PROKOM 2009 FINDEN SIE UNTER WWW.PROKOM-KONGRESS.DE.

REFERENTEN DER PROKOM 2009



Dieter Beller, Marketing Services Manager, LR Health & Beauty Systems GmbH

Nach einer Schriftsetzerlehre im Bleisatz, und Ausbildung zum Typografen bekleidete Dieter Beller verschiedene Funktionen in Druckereien, Verlagen und Werbeagenturen in Berlin und NRW. Seit zehn Jahren ist er verantwortlich für die internationale Medienproduktion des führenden europäischen Networkmarketing Unternehmens LR Health & Beauty Systems. Unter anderem monatliche Herausgabe von Katalogen und Mailings in über 30 Ländern.



Michael Bertsch, Inhaber, mibecon Michael Bertsch Consulting

Im Jahr 2006 hat Michael Bertsch das Beratungsunternehmen mibecon als ein unabhängiges, auf Beschaffungsprozesse im Bereich des Supplier Relationship Management (SRM), sowie auf Katalogmanagement Prozesse im Bereich des Product Information Management (PIM) spezialisiertes Beratungsunternehmen gegründet. Das Unternehmen beschäftigt zurzeit 6 Mitarbeiter und ist am Standort Kamp-Lintfort ansässig. Neben seiner Beratungstätigkeit ist Michael Bertsch Dozent innerhalb der BME Akademie. In diesem Zusammenhang unterrichtet er das Thema elektronische Beschaffung –eProcurement – in einem Weiterbildungsgang zum Dipl. Einkaufsmanager BME. Michael Bertsch verfügt über eine langjährige Erfahrung als Vertriebsleiter und Key Account Manager in mehreren Unternehmen der Softwareindustrie. Schwerpunkte waren die Themen elektronische Katalog-Systeme, Katalogmanagement-Systeme sowie eProcurement-Systeme.



Iris Buttinoni, Marketing & Communication Manager, Siemens AG

Iris Buttinoni hat mehr als 8 Jahre Erfahrung in der Marketing-Kommunikation mit Schwerpunkten im Bereich strategischer Vertrieb, Marketing, Corporate Communications, Branding, Public Relations, Werbung und Web-Anbindung im internationalen Umfeld. Seit 2 Jahren ist Sie bei der Siemens AG Group Communications in Nürnberg.



Ralf Döring, Projektmanager, DORMA Holding GmbH & Co. KG aA

Seit 2008 ist Ralf Döring im Bereich Ebusiness/IT der DORMA GmbH & Co. KG tätig. Sein Schwerpunkt liegt dabei in der Projektleitung für elektronische Kataloge, Cross-Media-Publishing, eCommerce und Web-services/EDI sowie für Produktkonfiguratoren mit Anbindung an SAP R/3 und anderen ERP Systemen. Sein Einstieg im DORMA-Konzern begann 2001 in der Abteilung Corporate Marketing Services im Bereich neue Medien International.



Thomas Eusterholz, Geschäftsführer, DTS Medien AG

Thomas Eusterholz, ist Vorstand der DTS Medien AG – einem der führenden Anbieter von Full-Service für Media IT mit über einhundert Mitarbeitern. Zusammen mit Dr. Ralf Wittenberg führt er das Unternehmen seit Mai 2008. Nach seinem Studium der Automatisierungstechnik war er bereits seit 1994 in unterschiedlichen Positionen bei der DTS Medien AG beschäftigt und dabei mit vielfältigsten Aufgaben betraut.



Kai Fett, Teamleiter CRM, Vaicon Vaillant Consulting GmbH

Kai Fett hat nach seiner Ausbildung zum Informatik-Kaufmann ein Studium der Wirtschaftsinformatik absolviert. Er ist seit fast zehn Jahren im Bereich Vertriebssteuerung, CAS und CRM tätig, derzeit als Leiter des CRM-Teams der Vaillant Group. Im Fokus dieses Teams teilt die komplette Bandbreite des CRM von strategisch/analytischen über operativen CRM-Prozessen bis hin zur unterstützenden IT.



Martin Galbierz, Leiter DocLab – Prüfstelle für Technische Dokumentation, TÜV SÜD Product Service GmbH

Martin Galbierz ist Leiter einer Prüfstelle bei der TÜV SÜD Product Service GmbH, die sich mit Prüfungs-, Beratungs- und Schulungsleistungen rund um die Technische Dokumentation und ihren Entstehungsprozessen befasst. Als Referent für Technische Dokumentation gehören weiterhin fachliche Entscheidungen & Auslegungen, innerhalb der TÜV SÜD zu seinem Aufgabengebiet. Herr Galbierz ist darüber hinaus Mitarbeiter im DIN-Ausschuss „Dokumentationswesen“ und steht als öffentlich bestellter und vereidigter Sachverständiger Gerichten und Privatpersonen zur Verfügung. Zuvor war der diplomierte Maschinenbautechniker bei der TÜV Informationstechnik und RWTÜV (jetzt TÜV Nord) als stellvertretender Prüfstellenleiter für Technische Dokumentation, Produkt- sowie Softwareergonomie tätig.



Kerstin Göcke, Head of Corporate Communications, Parador GmbH & Co. KG

Kerstin Göcke arbeitet seit mehr als 10 Jahren im Bereich der Marketingkommunikation, zunächst auf Agenturseite, seit 2004 in der Industrie. Seit 2007 leitet sie den Bereich Unternehmenskommunikation der Parador GmbH & Co. KG, einem Hersteller luxuriöser Bodenprodukte. Um der fortschreitenden Internationalisierung und den daraus resultierenden steigenden Anforderungen gerecht zu werden, führte das Unternehmen unter der Verantwortung von Kerstin Göcke im Jahr 2008 ein softwarebasiertes Prozessoptimierungssystem inkl. Datenbank im Marketing ein.



Peter Gosch, Geschäftsführer, UPPER Network GmbH

Zusammen mit Peter Ramsenthaler hat Peter Gosch die UPPER Network GmbH im Jahre 2000 gegründet. Als Geschäftsführer ist Peter Gosch für den Vertrieb, sowie für das internationale Partnermanagement zuständig. In den letzten 12 Jahren war er als Geschäftsführer und als Berater bei internationalen Konzernen für den Vertrieb und für die Prozessoptimierung im Marketing zuständig.



Dr. Hans-Georg Häusel, Vorstand, Gruppe Nymphenburg AG

Dipl. Psychologe, Vorstand der Gruppe Nymphenburg Consulta AG, München. Autor der Bestseller „Think Limbic! – Die Macht des Unbewussten verstehen und nutzen für Motivation, Management und Marketing“ (2002/2003) und „Brain Script/Brain View – Warum Kunden kaufen“ (2004/2008) und „Neuromarketing“ (2007). Promotion bei Prof. Dr. phil. Brengelmann, Direktor am May-Planck-Institut für Psychiatrie, München und Prof. Dr. Bäuml, Technische Universität München. In der Marketing-Hirnforschung und ihrer Übertragung auf Fragen des Konsumverhaltens, Marketing und Markenmanagements zählt er weltweit zu den führenden Experten. Zu den Beratungskunden zählen viele internationale Markenartikelhersteller, Handelskonzerne sowie Dienstleistungsunternehmen und Banken. Er ist Mitglied im Competence Board der Zeitschrift Focus und im wissenschaftlichen Beirat der Zeitschrift „NeuroPsychoEconomics“. Durch seinen faszinierenden und innovativen Ansatz ist Dr. Häusel auf vielen nationalen wie internationalen Veranstaltungen ein gefragter Keynote-Speaker. Er wurde 2008 mit dem Excellence Award als einer der 10 besten Redner im deutschsprachigen Raum ausgezeichnet.



Dr. Rachel Herwartz, Geschäftsführerin, TermSolutions

Dr. Rachel Herwartz promovierte im Bereich Terminologie. Danach war sie in der Projektleitung für Technische Redaktion und Terminologie- und Übersetzungsprojekte. Seit 2004 ist sie Inhaberin von TermSolutions®, Dozentin und Gutachterin für den Master-Studiengang „Technische Kommunikation“ an der Donau-Uni Krems/TecTeam.

Andrea Hesselbach, Application Consultant Business and Product Information, Merck KGaA

Andrea Hesselbach besitzt eine über 10-jährige Erfahrung im Bereich Datenbanken und Softwareentwicklung. Seit August 2007 leitet sie bei Merck in der Sparte Chemie ein globales Projekt zur Produktdatenkonsolidierung. Zuvor war sie in verschiedenen Positionen bei einem amerikanischen Softwarehersteller tätig, und dort mit dem Schwerpunkt im Bereich Software Lifecycle und Software Architektur für Banken, Versicherungen und Telekommunikation.



Johanna Hofmann, Key Account & Partner Management, comgroup GmbH/ Member of the Würth Group

Johanna Hofmann, geb. 1961 in Achern, Studium Germanistik, Kunstgeschichte, Mediaevistik, 1987 Magister Artium an der Uni Karlsruhe. 1987-1988 Volontariat Maro Verlag Augsburg. Von 1989 bis 2001 Ingenieurbüro Steiner und Learning Online AG, Projektleitung (Konzeption, Redaktion und Koordination) zu IT-Dokumentationen, eLearning und Content Management. Ab 2001 im Würth Konzern in Projektleitung zu Intranet, Content Management und ERP Systemen. Ab 2005 Key Account im Bereich Produkt Informationssysteme im Konzern. Ab 2007 bei der Comgroup GmbH mit Weiterführung des bisherigen Tätigkeitsbereichs.



Temel Kahyaoglu, Geschäftsführer, Visual Interface

Nach dem Abitur in Geislingen und Studium zum Designer an der renommierten Gestaltungshochschule in Schwäbisch Gmünd startete Temel Kahyaoglu Anfang 2000 seine berufliche Laufbahn im Bereich Produktmanagement für MAM Systeme. Kurz darauf übernahm er den Ausbau der MAM Systeme für Mercedes Benz und Wella. 2 Jahre später begleitete er maßgeblich als Partner den Aufbau von SV's und Hosting Center dedizierter MAM Systeme für die Unternehmen Swisscom IT Services, T-Systems und IBM. 2004 übernahm er den europaweiten Vertrieb für MAM-Systeme und implementierte mit seiner Truppe in den folgenden 3 Jahren ca. 30 MAM-Systeme bei bekannten Industrieunternehmen, wie Continental, Deichmann, Freudenberg Gruppe, Hugo Boss, Krones, Liebherr, Mahle, Ravensburger, Rehau, Schäffler Gruppe, Syngenta, Vitra und Weitere. Seit Anfang 2008 leitet er das Beratungsunternehmen vi mit Sitz in Meersburg.



Dr. Gerhard Kirchner, Leiter Produktdaten-Management, MAICO Elektroapparate-Fabrik GmbH

Dr. Gerhard Kirchner, war nach seiner Promotion in Physik zunächst bei einem Dienstleistungs- und Beratungsunternehmen für Technischen Dokumentation tätig. Seit 2000 ist er verantwortlich für das Produktdaten-Management beim mittelständischen Industrieunternehmen MAICO. In dieser Eigenschaft ist er Mitglied in bundesweiten Gremien zum elektronischen Datenaustausch. Seit 2003 hat er darüber hinaus einen Lehrauftrag an der Hochschule Furtwangen und seit 2005 auch an der Hochschule Karlsruhe jeweils für die Themen „Produktdaten-Management“ und „Publikation aus einer Quelle“.



Frank Küstner, Associate Director Global E-Commerce, QIAGEN GmbH

Frank Küstner hat eine 10 jährige Erfahrung im Bereich E-Commerce. Seit Oktober 2005 ist er bei QIAGEN global für das Thema E-Commerce verantwortlich. Davor war er in verschiedenen Positionen im Bereich E-Commerce bei der Wacker Chemie GmbH tätig. Zuletzt verantwortlich für den Aufbau eines Online Shops des Geschäftsbereichs Silikone.



Jerome Leicht, Abteilungsleiter Technische Dokumentation, Bosch Thermotechnik GmbH

Jerome Leicht hat langjährige Erfahrung in der Leitung der standortübergreifenden Technischen Dokumentation. Er ist Abteilungsleiter für Technische Dokumentation bei Bosch Thermotechnik GmbH. Nach Einführung eines Content Management-Systems für die Technische Dokumentation hat er in 2007 den gesamten Übersetzungsprozess bei Bosch Thermotechnik neu geordnet.



Thomas Lipke, Geschäftsführender Gesellschafter, Globetrotter GmbH

Thomas Lipke, Jahrgang 1958, hat seit über 25 Jahren erfolgreich die Entwicklung von Globetrotter Ausrüstung zum führenden Outdoor Händler Europas mitgestaltet. Im kleinen Ladengeschäft des im Sep.1979 gegründeten Unternehmen machte er 1980 seine Outdoor-Hobbys zum Beruf. Ab 1991 führte er mit den beiden Gründern und Andreas Bartmann Globetrotter Ausrüstung als geschäftsführender Gesellschafter. Bis heute liegen in seinem Verantwortungsbereiche: Verkauf, IT, Internet und Personal. Ab März 2005 bildet Thomas Lipke zusammen mit Andreas Bartmann die Geschäftsführung, aus der sich die Gründer nach 25 Jahren zurückgezogen haben. Globetrotter Ausrüstung hat im Geschäftsjahr 2007/2008 172 Mill. Euro Umsatz erzielt und beschäftigt ca. 1000 Mitarbeiter an 7 Standorten.



Ralf Lorenz, Geschäftsführer, Mc Büro GmbH

Ralf Lorenz ist seit 1999 geschäftsführender Gesellschafter bei mcbuero.de, Berlin (Büroartikelhandel, seit 2004 Onlinehandel). Hier verantwortet er die Bereiche Marketing und Business Development. Von 1996 bis 1999 war er selbstständig mit der Lutz Schaepe & Ralf Lorenz GbR, Berlin (EDV-Betreuung, Büroartikelhandel). In den Jahren 1991 bis 1996 war Ralf Lorenz Geschäftsführer der Burow Büro-Partner GmbH, Berlin (Büroartikelhandel). Von 1990-1991 arbeitete er als Vertriebsmitarbeiter der Brause GmbH, Ingolstadt (Büroartikelhersteller). 1990 hat er sein Studium an der Humboldt-Universität (Berlin) als Diplom-Lehrer für Mathematik und Physik erfolgreich beendet.



Thomas Lucas-Nülle, Geschäftsführer, Lucas-Nülle Consulting & Partner

Thomas Lucas-Nülle gilt als einer der weltweit führenden Experten zu den Themen Product Information Management und Master Data Management. Als neutraler Beratungsspezialist unterhält die LN:C zu nahezu allen Anbietern des weltweiten Marktes einen sehr engen Kontakt für den Informationsaustausch. Durch diese Arbeitsweise verfügt das Unternehmen über eine einzigartige Datenbasis zu Lösungen und Anbietern dieses Marktes. Durch eine Vielzahl von Projekten sowohl im Mittelstand und schwerpunktmäßig in Großunternehmen, als auch durch die regelmäßig durchgeführten Marktbefragungen im Rahmen der LN:C Marktstudien, verfügt die LN:C zusätzlich über fundiertes Wissen der Kundensituationen und entsprechender Praxiserfahrung bei der Auswahl von Lösungen und der weiterführenden Unterstützung bei der Projektumsetzung.



Lorenz Mayer-Kaupp, Marketing-Communications, Zumtobel Lighting GmbH

Gelernter Werbekaufmann, Spezialisierung auf Projektabwicklung und Produktion. Über 9 Jahre hinweg auf Agenturseite tätig, dann Januar 2001 ein Wechsel zur Industrieseite in die Werbeabteilung der damaligen Zumtobel Staff GmbH (heute Zumtobel Lighting GmbH) nach Dornbirn/Vorarlberg. Aufgabengebiet: Projektleitungen und gruppenübergreifende Organisation der Printbeschaffung/Printproduktion.



Erwin Mustapha, e-commerce Projektleiter, Siemens Schweiz AG

Erwin Mustapha studierte Betriebswirtschaft und Wirtschaftsinformatik an den Fachhochschulen Bern und St. Gallen. Er befasst sich seit 15 Jahren mit dem Thema Internet und Produktinformationsmanagement. Er arbeitet seit 10 Jahren bei Siemens Schweiz AG, Building Technologies Division im Bereich E-Business. Dabei zeichnet er sich verantwortlich für Projekte wie Website-Management, PIM, Cross-Media-Publishing und Online-Kataloge. Sein letztes Projekt befasste sich mit der Herstellung eines intelligenten Katalogs basierend auf HLK-Anwendungen in Verbindung mit Produktselektionstools zur Projektierung von HLK-Anlagen.



Martin Paff, Verlagsgeschäftsführer, Ringier Deutschland

Martin Paff absolvierte seine verlagskaufmännische Ausbildung beim Axel Springer Verlag. Nach seinem Studium war er als Diplombetriebswirt in der Geschäftsführung der Welt-Gruppe für die elektronischen Medien bis 2000 verantwortlich. 2000-2001 war er als Marketingleiter bei der Netzeitung. Danach gründete er das Hörbuchportal Hoergold.de und führt seit 2003 als Geschäftsführer von Ringier Deutschland das Politikmagazin „Cicero“ und seit 2006 auch das Kunstmagazin „Monopol“.



Dr. Ulrich Pinkernell, Project Manager, Eppendorf AG

Dr. Ulrich Pinkernell stieg als Chemiker in die Dokumentation zur Entwicklung von analytischen Laborgeräten ein. Seit 2003 ist er bei der Eppendorf AG Projektleiter und verantwortlich für Technische Kommunikation und Content Management Projekte, sowie die Produktinformationsdatenbank, XML-Redaktionssystem und Terminologie-Management.



Marc Singer, Organisation, Deutscher Genossenschaftsverlag eG

Nach seinem Studium der Betriebswirtschaftslehre an der Universität Mannheim war Mar Singer von 2000 bis 2002 im Deutsches Krebsforschungszentrum Heidelberg in der Abteilung Beschaffung und Materialwirtschaft mit der Durchführung von Projekten in der IT, im Einkauf und der Materialwirtschaft betraut. Seit 2002 ist er im Deutschen Genossenschaftsverlag eG in der Abteilung Organisation – Softwareentwicklung schwerpunktmäßig Projektleitung in den Themengebiete ECM, W2P und SAP BW sowie Beratung, Konzeption, Umsetzung und Einführung im Bereich der internen IT.



Prof. Dr. Klaus Thaler, Lehrstuhl für Prozessplanung und Simulation, Hochschule der Medien Stuttgart

Prof. Thaler ist Inhaber des Lehrstuhls für Prozessplanung und Simulation an der Hochschule der Medien (HdM), Stuttgart. Er lehrt und forscht in den Themengebieten Prozessoptimierung, Organisation und Softwareanwendungen. Er ist verantwortlich für neue Ausbildungsinhalte in zahlreichen Bachelor- und Masterkursen an der HdM Stuttgart und arbeitet in angewandten Medienprojekten eng mit der Industrie zusammen.

REFERENTEN DER PROKOM 2009



Daniel Vogel, Marketing Manager, ACO Passavant GmbH

Daniel Vogel ist Marketing Manager der ACO Passavant GmbH, einem Mitglied der ACO-Gruppe, Weltmarktführer in der Entwässerung. Nach dem Studium des Medienmanagements gründete er die Agentur dvits.com media und fungiert als ihr Geschäftsführer. Es folgte ein Auslandsjahr bei der Deutschen Botschaft und bei Siemens in Prag.



Dr. Christine Wichert, Geschäftsführerin, Logibrand GmbH

Dr. Christine Wichert hat nach einem MBA-Studium in den USA und Promotion in Ökonometrie in Deutschland zunächst als Top-Management-Beraterin bei der Boston Consulting Group in München und Seoul gearbeitet. Danach wechselte sie in die Industrie und hatte leitende, markenstrategische Funktionen bei BMW in München, Airbus in Toulouse und Hilti in Liechtenstein inne. Sie ist geschäftsführende Gesellschafterin der Logibrand GmbH, der strategischen Beratung für Markenführung in Berneck/St. Gallen, Dozentin für Markenführung an der FH St. Gallen und der Hochschule Liechtenstein und Autorin des Buches „Die Logik der Marke“.



Georg Wiedenhofer, Leiter Konzernmarketing, bauMax AG

Georg Wiedenhofer war nach dem Studium an der Wirtschaftsuniversität Wien zunächst als Kundenbetreuer Retail bei AC Nielsen tätig. Seit 1990 ist er im Bereich Marketing und Werbeleitung beim bauMax Konzern. Derzeit werden 8 Länder und 136 Märkte mit 1,4 Mrd Euro Umsatz betreut. Zu den Tätigkeitsbereichen gehören die Marktforschung, externe klassische Kommunikation – Werbung-, Internet, Kundenkarte und CRM und eine In House Werbemittelproduktion für alle Länder. Zudem ist Herr Wiedenhofer Vize Präsident im Marketing Club Österreich.



Kersten Wirth, Leiter Media Produktion, HellermannTyton GmbH

Kersten Wirth ist Leiter Media Produktion / Projektleiter Cross-Media-Publishing bei der HellermannTyton GmbH einem renommierten Hersteller von Produkten „Rund um das Kabel“. Sein Team verantwortet die Produktion aller europäischen Printmedien vom Projektmanagement bis zur Druckvorstufe. Im Rahmen der Projektleitungsfunktion Cross-Media-Publishing implementierte er ein zentrales PIM System in Europa, Nord-Amerika und Asien. Fünf Jahre in der Funktion des Leiters Produktmanagement und Marketing Deutschland bei HellermannTyton, sowie sechs Jahre Erfahrung als Produktmanager in global agierenden Unternehmen der Elektrotechnik und Informationstechnologie runden das Profil ab. Im Rahmen seiner Funktion realisierte er bereits vor mehr als 10 Jahren das erste internationale Katalogprojekte für HellermannTyton.

KOOPERATIONSPARTNER PROKOM 2009



Fraunhofer Institut
Arbeitswirtschaft und
Organisation

Das Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation IAO beschäftigt sich mit aktuellen Fragestellungen im Bereich des Technologiemanagements. Insbesondere unterstützt das Institut Unternehmen dabei die Potenziale innovativer Organisationsformen und Kommunikationstechnologien zu erkennen, individuell auf ihre Belange anzupassen und konsequent einzusetzen. Den Anforderungen der Unternehmen entsprechend entwickelt das Institut markt- und kundengerechte Technologiestrategien. Es plant und begleitet den Technologieeinsatz im Gesamtunternehmen, in Geschäftsbereichen und in Einzelprojekten. Die integrierte Betrachtung von Mensch, Technik und Organisation gewährleistet, dass auch die individuellen und sozialen Gesichtspunkte des arbeitenden Menschen berücksichtigt werden. Dies beinhaltet zum einen die Lösung ergonomischer Gestaltungsaufgaben und zum anderen die Qualifizierung der Mitarbeiter im Hinblick auf neue Organisationsformen und den Einsatz moderner Technologien.

Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation IAO

Nobelstraße 12, D-70569 Stuttgart
Telefon +49 (0) 711 / 970-01
www.iao.fraunhofer.de



Das Institut für Technologiemanagement wurde 1989 mit Unterstützung der „Stiftung zur Förderung von Technologiemanagement, Technologiepolitik und Technologietransfer“ gegründet. Das Institut betreibt ein

Forschungsprogramm, bei dem vorwiegend wissenschaftliche Konzeptproblem- und anwendungsorientiert entwickelt werden. Dabei orientiert sich das Institut für Technologiemanagement am St. Galler Management Konzept als ganzheitlichen Bezugsrahmen. Das Forschungsprogramm wurde seit der Gründung systematisch ausgebaut. Die Praxisnähe wird durch eine intensive Zusammenarbeit mit Unternehmen des schweizerischen – aber auch des europäischen – Wirtschaftsraumes im Rahmen von Forschungs- und Beratungsprojekten erreicht. Die beteiligten Unternehmen sind auf vielfache Weise mit dem Institut verbunden.

Institut für Technologiemanagement

Dufourstrasse 40a, CH-9000 St. Gallen
Telefon +41 (0) 71 / 224 73 00
www.item.unisg.ch



HOCHSCHULE DER MEDIEN

Die Hochschule der Medien bildet Spezialisten rund um die Medien aus. Seit 1. September 2001 bündelt sie das Know-how der ehemaligen Hochschule für Druck und Medien (HDM) -

eine traditionelle Ausbildungsstätte für Druck- und Medientechnik - und der Hochschule für Bibliotheks- und Informationswesen (HBI). Die neue Hochschule deckt europa-weit als einzige alle Medienbereiche ab und versteht sich als Full-Service-Hochschule für die Medienindustrie. Ihre Bandbreite erstreckt sich vom Druck bis zum Internet, von der Gestaltung bis zur Betriebswirtschaft, von der Bibliothekswissenschaft bis zur Werbung, von Inhalten für Medien bis zur Verpackungstechnik, von der Informatik über die Informationswissenschaft bis zum Verlagswesen und zu elektronischen Medien. 17 Studiengänge spiegeln diese Inhalte wider. Sie werden an zwei Standorten angeboten. In Stuttgart-Vaihingen (Standort Nobelstraße) ist der Hauptsitz der Medienhochschule. Dort finden Vorlesungen und Veranstaltungen der Fakultäten Druck und Medien sowie Electronic Media statt. In der Stadtmitte Stuttgarts in der Nähe des Hauptbahnhofs (Standort Wolframstraße) werden die Studiengänge der Fakultät Information und Kommunikation angeboten. Studierende können Bachelor- oder Master-Grade erwerben. Über 3200 Studierende sind zur Zeit an der Hochschule eingeschrieben.

Hochschule der Medien

Nobelstraße 10, D-70569 Stuttgart
Telefon +49 (0) 711 / 8923-10 (Zentrale)
www.hdm-stuttgart.de

WIR DANKEN DEN HAUPTSPONSOREN DER PROKOM 2009 FÜR DIE FREUNDLICHE UNTERSTÜTZUNG



ISY3 ist ein Produkt der DTS Medien AG. Die DTS Medien AG mit Sitz in Herford ist ein seit über 20 Jahren in der Druck- und Medienbranche etablierter Full-Service-Anbieter für IT-Lösungen. Die Firma hat rund 95 Mitarbeiter, von denen 45 Software-Entwickler sind. Das junge Team arbeitet Tag für Tag an innovativen Anwendungen zur Automatisierung, Standardisierung und Optimierung von Prozessen in der Medienproduktion. Dieses Know-how bündelt sich in der von DTS Medien entwickelten Software ISY. ISY ist heute in seiner dritten Generation als standardisierte Software-Suite ISY3 erhältlich und weltweit bei mehr als 450 Kunden erfolgreich im Einsatz. Durch die Kombination von verschiedenen Produkten sowie über zahlreiche Zusatzmodule sind kundenspezifische Lösungen für nahezu jeden Bereich der Medienproduktion möglich. Selbst hochgradig individuelle Anwendungen sind so als Standard verfügbar.

DTS Medien AG

Heidestraße 38, D-32051 Herford
Telefon +49 (0) 5221 / 101 2000
www.dts-medien.de, www.isy3.com



Stibo Catalog ist führender Anbieter von Software und Services, die es Unternehmen ermöglichen, ihren Produkt-Content effizient zu verwalten und Produkt-/Werbeangebote konsistent auf mehreren Auslieferungskanälen anzubieten. Seit bereits 30 Jahren unterstützt Stibo Catalog das Kataloggeschäft. Zu den europäischen Kunden von Stibo Catalog zählen RS Components, BayWa, Europart, Siemens, Conrad Electronic, Kaiser + Kraft Europa, Denios, Nordwest und viele mehr.

Stibo Catalog GmbH

Ernst-Mantius-Str. 9, D-21029 Hamburg
Telefon +49 (0) 40 / 5238962-0
www.stibocatalog.de

WIR DANKEN DEM SPONSOR DER PROKOM 2009 FÜR DIE FREUNDLICHE UNTERSTÜTZUNG



Die ContentServ GmbH hat sich mit ihren innovativen Software-Produkten auf professionelle Business-Lösungen in den Bereichen Produktmanagement, Marketing, Vertrieb und Kommunikation spezialisiert. Ein besonderer Fokus liegt dabei auf Prozessoptimierungen in der Redaktion und medienübergreifenden Publikation von Inhalten für Kataloge, Websites, E-Shops, Prospekte, Vertriebspräsentationen, Kundenzeitschriften oder technische Dokumentationen.

ContentServ GmbH

Werner-von-Siemens-Str. 1, D-85296 Rohrbach
Telefon +49 (0) 84 42 / 92 53 - 800
www.contentserv.com

AUSSTELLER DER PROKOM 2009 (Stand: 19.01.2009)



www.across.net



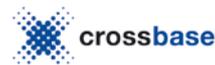
www.andrae-ag.de



www.coware.de



www.communicode.de



www.crossbase.de



www.sdzecom.de



www.termsolutions.de



www.itb-web.de



www.eggheads.de



www.netzgiganten.de



www.noxum.com



www.myview.de



www.textform.com



www.summersoft.cc



www.laudert.de



www.asim.de



www.infolox.de



www.meyle-mueller.de



www.jcatalog.de



www.cic.de



www.qurius.com



www.upk.de



www.uppernetwork.com



www.viamedici.de



www.katalogie.de



www.kraft-allmedia.de

FÜR FRAGEN ZUR AUSSTELLUNG ODER INDIVIDUELLER SPONSORINGBETEILIGUNG STEHT IHNEN GERNE ZUR VERFÜGUNG



Bernhard Klier, Leiter Vertrieb
Telefon 069 / 63006-699
klier@deutsche-kongress.de

PROKOM

4. KONGRESSMESSE FÜR ERFOLGREICHE
UND EFFIZIENTE PRODUKTKOMMUNIKATION

FAX-ANTWORT 069 / 63006-969

SO MELDEN SIE SICH AN

Bitte einfach das Anmeldeformular kopieren, ausfüllen und per Fax oder melden Sie sich www.prokom-kongress.de an. Sie erhalten schnellstmöglich eine Bestätigung Ihrer Anmeldung.

- Ich nehme an drei Tagen an der PROKOM 2009 (16.-18. Februar 2009 – Seminar und Kongress) teil. Die Teilnahmegebühr beträgt inklusive Mittagessen, Erfrischungsgetränke, Abendveranstaltung und der Dokumentation Euro 1.495,-.**

Wählen Sie bitte das Seminar

- Seminar 1 Seminar 2

- Ich nehme an zwei Tagen an der PROKOM 2009 (17.-18. Februar 2009 – Kongress) teil. Die Teilnahmegebühr beträgt inklusive Mittagessen, Erfrischungsgetränke, Abendveranstaltung und der Dokumentation Euro 995,-.**

- Ich nehme an einem Tag an der PROKOM 2009 (16. Februar 2009 – Seminar) teil. Die Teilnahmegebühr beträgt inklusive Mittagessen, Erfrischungsgetränke und der Dokumentation (ohne Abendveranstaltung) Euro 995,-.**

Wählen Sie bitte das Seminar

- Seminar 1 Seminar 2

Name, Vorname

Abteilung, Funktion

Firma

Strasse, Postfach

PLZ, Ort

Telefon, Fax

E-Mail

Warum Ihre E-Mail-Adresse wichtig ist: Sie erhalten schnellstmöglich eine Bestätigung Ihrer Anmeldung, damit Sie den Termin fest einplanen können.

Code, falls vorhanden

Datum, Unterschrift

RECHNUNG AN

Name, Vorname

Abteilung

ANMELDEBEDINGUNGEN

Die Teilnahmegebühr für die PROKOM 2009 beträgt für drei Tage Euro 1.495,- (16. bis 18. Februar 2009), für zwei Tage Euro 995,- (17. bis 18. Februar 2009 – Seminar und Kongress) für einen Tag Euro 995,- (16. Februar 2009 – Seminar). Die Teilnahmegebühr beinhaltet den Besuch der Vorträge, Mittagessen, Erfrischungsgetränke, Kaffeepausen, Abendveranstaltung (nur bei Zwei- oder Dreitageskarten) und die Dokumentation. Nach Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Anmeldebestätigung und eine Rechnung. Bis zwei Wochen vor dem Veranstaltungstermin können Sie kostenlos stornieren. Bei Stornierung der Anmeldung zu einem späteren Zeitpunkt oder bei Nichterscheinen berechnen wir die gesamte Teilnehmergebühr. Die Stornierung ist schriftlich vorzunehmen. Die Vertretung eines angemeldeten Teilnehmers ist selbstverständlich möglich. Programmänderungen aus dringendem Anlass behält sich der Veranstalter vor. Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

GRUPPENTARIFE

Wir gewähren für Sammelanmeldungen einer Firma folgende Rabatte:

- 2 Personen 10% auf alle Anmeldungen
- 3 Personen 15% auf alle Anmeldungen
- 4 Personen 20% auf alle Anmeldungen
- ab 5 Personen 25% auf alle Anmeldungen

WICHTIG: Die Anmeldungen müssen zur gleichen Zeit bei uns eintreffen. Diese Rabattregelung findet nur bei o.g. Teilnahmegebühren Anwendung. Eine Gewährung von zusätzlichen Rabatten ist in diesem Fall nicht möglich.

TERMIN

Montag	16. Februar 2009	09:00 Uhr - 17:00 Uhr
Dienstag	17. Februar 2009	09:00 Uhr - 18:15 Uhr
Mittwoch	18. Februar 2009	09:00 Uhr - 17:00 Uhr

SO MELDEN SIE SICH AN

PER TELEFON 069 / 63006-900 PER FAX 069 / 63006-969

SCHRIFTLICH

Neue DEUTSCHE KONGRESS GmbH, Postfach 700212, 60552 Frankfurt / Main

PER E-MAIL

anmeldung@deutsche-kongress.de

Bei Anmeldung per e-mail geben Sie bitte unbedingt den Namen des Teilnehmers und die vollständige Firmenanschrift mit Telefon- und Faxnummer an.

Hinweis nach § 28 Abs. 4 BDSG: Sie können bei uns der Verwendung Ihrer Daten für Werbezwecke jederzeit widersprechen, wenn Sie in Zukunft von uns keine Informationen mehr erhalten möchten.

VERANSTALTUNGSORT KONGRESS

17. UND 18. FEBRUAR 2009

Congress Centrum Mainz
Rheingoldhalle
Rheinstraße 66
D-55116 Mainz
www.rheingold-mainz.com

VERANSTALTUNGSORT SEMINARE

16. FEBRUAR 2009

Hyatt Regency Mainz
Malakoff-Terrasse 1, D-55116 Mainz
Telefon +49 (0) 6131 / 731234
www.mainz.regency.hyatt.com

ÜBERNACHTUNGSMÖGLICHKEITEN

Nach Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Auswahl von Übernachtungsmöglichkeiten zur **PROKOM 2009**.
www.prokom-kongress.de/anreisen.html

- Bitte schicken Sie mir Informationen zu Ausstellungs- und Sponsoringmöglichkeiten.**

- Bitte informieren Sie mich über den Fachmessebesuch**