

Localization World: Know-how for Global Success – Marken weltweit etablieren

Localization World informiert, wie Unternehmen den Aufbau und Einsatz von Marken weltweit realisieren können.

Berlin. Wie lässt sich eine Marke international aufstellen? Welche Rahmenbedingungen gilt es zu beachten? Wie meistert man den Spagat zwischen landesspezifischem Adressieren der Zielgruppe und Wiedererkennung der Marke? Diese und ähnliche Herausforderungen beim Etablieren von weltweit einheitlichen Brands werden ausführlich diskutiert auf der Localization World, der führenden Konferenz rund um die internationale Produkt- und Unternehmenskommunikation. Aus aktuellen Projekten berichten Vertreter von Franke Coffee Systems, des Sportartikelherstellers Puma und des Beratungshauses Wessling Group.

Gelegenheit zum direkten Kontakt und Austausch mit Technologieherstellern, IT- und Sprachdienstleistern sowie Full-Service-Anbietern bietet ergänzend der Ausstellungsbereich der Localization World. Hier können sich die Besucher über aktuelle Konzepte und Lokalisierungsstrategien informieren.

Die Localization World findet vom 7. bis 9. Juni 2010 in Berlin statt.

Für eine erfolgreiche Umsetzung von Internationalisierungsvorhaben sind sowohl eine gründliche Planung als auch eine effektive Durchführung nötig. Dazu gehören unter anderem die Analyse möglicher Zielmärkte, die Entwicklung begleitender Marketing-Kampagnen, das Etablieren einer weltweit einheitlichen Marke, die Ausweitung des Personalmanagements sowie die Lokalisierung und Verwaltung von Webseiten und produktbegleitenden Materialien.

Localization World – die führende Konferenz rund um die internationale Produkt- und Unternehmenskommunikation – vermittelt kompaktes Wissen zu Globalisierungsstrategien und zur Lokalisierung von Produkten und Services. Das Konferenzprogramm mit fünf parallelen Themenschwerpunkten bietet dazu Anwendervorträge, Trendberichte und Podiumsdiskussionen. Zielgruppen der Localization World sind multinational

agierende Unternehmen aus der Fertigungsindustrie, der Finanzwirtschaft, Software-Hersteller, Beratungsunternehmen und Betreiber multilingualer Websites.

Die Marke macht's

Was muss eine Marke mitbringen, um sich in ausländischen Märkten erfolgreich durchzusetzen? Dieser Frage geht Tony Wessling, der Gründer der Wessling Group, nach. Er erläutert, wie Marketing-Verantwortliche herausfinden können, wie ihre Marke im Exportland wahrgenommen wird, wie Kernbotschaften in universell gültige Aussagen gefasst werden können, sodass sie bei der internationalen Kundschaft akzeptiert werden. Der Vortrag stellt erfolgreiche Beispiele vor, bei denen es Unternehmen gelungen ist, Namen, Aussage, Werbung und Marketing so aufeinander abzustimmen, dass sie auch auf internationalem Parkett ihre Wirkung nicht verfehlen. Aus der Unternehmenspraxis berichtet Rupert Ball-Greene, verantwortlich für Lokalisierungsprojekte bei dem Sportartikelhersteller Puma. Er wird sich in seinem Vortrag u. a. damit beschäftigen, wie man eine Marke „modernisieren“ oder in heimischen Märkten neu positionieren kann.

Just another cup of coffee

Um die Rolle der Sprache, die Bedeutung eines konsistenten Corporate Wordings beim Etablieren einer Marke, geht es in dem Vortrag von Robin Franke von Franke Coffee Systems. Der Hersteller von intelligenten Systemen für die Haushaltsküche, die professionelle Systemgastronomie, Kaffeezubereitung, Getränkeliieferung und für Hygienelösungen ist international aufgestellt, entsprechend zahlreich sind die zu bedienenden Sprachen. Wie das Unternehmen die damit verbundenen Herausforderungen meistert, wie Qualität und innovative Konzepte zu mehr Effizienz bei Lokalisierungsprojekten führen, ist Gegenstand seines Beitrags.

Organisatorisches

Die *Localization World* findet vom 7. bis 9. Juni 2010 im Maritim Hotel proArte in Berlin statt. Sie wird gemeinsam vom *Localization Institute* und der MultiLingual Computing, Inc. organisiert. Die Gebühr für die Teilnahme an der Konferenz beträgt 895 Euro. Interessenten, die die *Localization World* nur an einem Tag besuchen möchten, zahlen 450 Euro.

Weitere Informationen und Anmeldemöglichkeiten unter www.localizationworld.com

Ihre Redaktionskontakte:

The Localization Institute, Inc.
Ulrich Henes
4513 Vernon Boulevard, Suite 11
Madison, WI 53705, USA

good news! GmbH
Dr. Claudia Rudisch
Kolberger Straße 36
D-23617 Stockelsdorf

Tel: +1 608-1790
press@localizationworld.com

Tel: +49 451 88199-21
Fax: +49 451 88199-29
claudia@goodnews.de