

Localization World etabliert sich als wegweisende Veranstaltung im Bereich internationale Produktkommunikation

Berlin. Knapp 500 Teilnehmer, hochkarätig besetzte Vorträge und Roundtables, unzählige Möglichkeiten zum gezielten Networking – die diesjährige Localization World war wieder ein voller Erfolg für alle Beteiligten. Für Themen rund um die Produktvermarktung auf internationalem Parkett erwies sich die Konferenz mit begleitender Ausstellung als führende Informationsplattform. Unter dem Motto „Know-how for Global Success“ zeigte die Veranstaltung, wie Unternehmen neue Zielmärkte erschließen und ihre internationalen Geschäftsstrategien erfolgreich umsetzen können. Eine zentrale Rolle spielt dabei die Lokalisierung der Produktkommunikation. Unternehmen, die ihre Außendarstellung – egal ob Marketingunterlagen oder technische Beschreibungen – an die spezifischen Gegebenheiten des jeweiligen Exportlandes anpassen, sind gegenüber dem Mitbewerber klar im Vorteil.

Erstmals fand in diesem Jahr auf der Localization World ein Business-Track statt, der sich mit erfolgreichen Modellen international agierender Unternehmen auseinandersetzte. Vertreter namhafter Unternehmen wie Expedia, HypoVereinsbank, Microsoft, Nero, Roland Berger, Saatchi & Saatchi und Voith Turbo gestalteten als Referenten die Veranstaltung aktiv mit. Workshops, Seminare und Vorträge boten darüber hinaus fachspezifische Informationen für die Life-Science- und Pharma-Branche sowie zum Thema „Lokalisieren von Software-Spielen“. Die Konferenz eröffnete als Keynote-Sprecher Dr. Norbert Walter, Chefvolkswirt der Deutschen Bank.

„Nach wie vor ist der Informationsbedarf zu den Themen der internationalen Produktkommunikation enorm hoch, das zeigt auch die Resonanz der Teilnehmer. Selbst in Zeiten gekürzter Reisebudgets ist die Anzahl der Besucher im Vergleich zum Vorjahr fast konstant geblieben“, sagt Ulrich Henes, Gründer des *Localization Institute* in USA und Mitausrichter der *Localization World*. „Mit dem neu entwickelten Bereich ‚Global Business‘ haben wir genau ins Schwarze getroffen. Das Plenum zu den Vorträgen war meist bis auf den letzten Platz besetzt. Durch diese thematische Erweiterung ist es uns gelungen, die Konferenz für die Marketing- und Kommunikationsverantwortlichen international agierender Unternehmen attraktiv zu gestalten. Gleichzeitig schufen wir

damit die Möglichkeit zum Informations- und Erfahrungsaustausch zwischen Unternehmen, Sprachdienstleistern, Agenturen und Übersetzern.“

Um Internationalisierungsvorhaben erfolgreich umzusetzen, bedarf es sowohl einer gründlichen Planung als auch einer effektiven Umsetzung. Dazu gehören unter anderem die Analyse möglicher Zielmärkte, die Entwicklung länderspezifischer Marketing-Kampagnen, die Ausweitung des Personalmanagements sowie die Lokalisierung von Webseiten und produktbegleitenden Informationen für den Pre- und Post-Sales-Bereich. Entsprechend weit war der Themenbogen der *Localization World* gespannt. Das Konferenzprogramm lieferte dabei spezifische Informationen für unterschiedliche Zielgruppen. Es begann mit der Strategieentwicklung für die Erschließung von Auslandsmärkten und reichte bis zur effizienten Lokalisierung der Produktkommunikation für die jeweiligen Zielsprachen. Marketing- und Vertriebsverantwortliche kamen mit den Themen des „Business-Track“ ebenso auf ihre Kosten wie Vertreter von Sprachdienstleistern und Übersetzer, die die Konferenz auch als Möglichkeit zur Weiterbildung nutzten. Darüber hinaus boten die Aussteller-Area, der Lounge-Bereich und die Abendveranstaltungen zahlreiche Gelegenheiten zum Networking.

2010 findet die *Localization World* vom 7. bis 9. Juni erneut in Berlin statt. Weitere Informationen zur Veranstaltung und zur *Localization World* in Silicon Valley erhalten Leser unter www.localizationworld.com

Ihre Redaktionskontakte:

The Localization Institute, Inc.
Ulrich Henes
4513 Vernon Boulevard, Suite 11
Madison, WI 53705, USA
Tel: +1 608-1790
press@localizationworld.com

good news! GmbH
Nicole Körber
Kolberger Straße 36
D-23617 Stockelsdorf
Tel: +49 451 88199-12
Fax: +49 451 88199-29
E-Mail: nicole@goodnews.de