

Presse

24. November 2010

Schlussbericht

Digital Touch

1st International Forum for Technology and Mobile Solutions
at the Company-Customer-Interface

Frankfurt am Main, 22. und 23. November 2010

Kerstin Männer
Tel. +49 69 75 75-53 56
Fax +49 69 75 75-9 53 56
kerstin.maenner@messefrankfurt.com
www.messefrankfurt.com
www.digitaltouch.de
PM_Digital Touch_24_November_2010

Erfolgreicher Start der Kongressmesse Digital Touch

Hochkarätiges Vortragsprogramm überzeugt Teilnehmer

Paradigmenwechsel in der Kundenkommunikation

Mit einem vielschichtigen Vortragsprogramm, hochkarätigen Referenten und der richtigen Themenauswahl überzeugte die Kongressmesse Digital Touch zu ihrem Debüt am 22. und 23. November 2010. An zwei Tagen trafen sich rund 450 Kongressteilnehmer und Fachbesucher im Portalhaus der Messe Frankfurt und diskutierten gemeinsam die Zukunft der digitalen Kundenkommunikation.

Eröffnet wurde die Kongressmesse durch Hans-Joachim Otto, Parlamentarischer Staatssekretär im Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi), das die Schirmherrschaft für die neue Veranstaltung übernommen hat. Key Note Speaker waren unter anderem Dr. Thomas Endres und Hubert Frach, Deutsche Lufthansa, Dr. Ingo Schneider, Deutsche Telekom, Jens Redmer, Google, Trendforscher Sven Gábor Jánoszy sowie Hirnforscher Prof. Dr. Christian Elger, Universität Bonn.

Die insgesamt 40 Beiträge des Kongresses widmeten sich aktuellen Themen wie Intelligent Touch Point Management, Mobile Business, eCommerce, ePayment, Usability und Augmented Reality. Der Fokus lag dabei auf Trends, neuen Technologien und deren Nutzen für die strategischen und operativen Unternehmensziele von Vertrieb bis Kommunikation. Vertieft wurden die einzelnen Aspekte mit Referaten, Praxisberichten und Diskussionen in vier parallelen Tracks. In der begleitenden Fachausstellung präsentierten Innovationsführer wie Audi, IBM, Neue Digitale/Razorfish und PayPal ihre Lösungen und Zukunftsentwicklungen. Das

Messe Frankfurt Medien und Service GmbH
Ludwig-Erhard-Anlage 1
60327 Frankfurt am Main

Seite Page 2

Schlussbericht

Digital Touch

Frankfurt am Main, 22. und 23. November 2010

Förderprogramm SimoBIT des BMWi stellte in einem Sonderareal ausgewählte Projekte vor. Eingebettet in die Ausstellung bot ein Speakers Corner Raum für kostenfreie Vorträge und offene Diskussionsrunden.

Hoher Bedarf an Information und Orientierung

Die Kongressmesse Digital Touch spiegelte den hohen Bedarf an Information und Orientierung wider. „Der überwiegende Teil der Unternehmen hat derzeit noch keine adäquate Antwort auf die Herausforderungen der neuen digitalen Kommunikationsformen. Das Kongressprogramm hat an diesen zwei Tagen für viele Fragen Lösungen und einen guten Leitfaden für zukünftige strategische Entscheidungen geboten“, sagt Klaus Reinke, Senior Vice President, Messe Frankfurt Exhibition GmbH. Matthias Uhrig, Geschäftsführer, Intargia Managementberatung GmbH, führt weiter aus:

„Unternehmen stehen vor der Herausforderung, einerseits Kosten zu reduzieren, um im Preiswettbewerb bestehen zu können, und andererseits ihre Kunden immer individueller anzusprechen und somit das Kundenerlebnis, die ‚Customer Experience‘, zu erhöhen. Die Fähigkeit, Emotion und Effizienz in perfekt Einklang zu bringen, wird der Wettbewerbsvorteil der Zukunft sein.

Gelobt wurden Niveau und Qualität der Beiträge sowie das Konzept, die Facetten des Themas in seiner Vielschichtigkeit abzubilden.

Bettina Kahlau, Leiterin Strategie & Marketing, IBM Deutschland GmbH, resümierte: „Die Digital Touch ist eine der wenigen Kongressmessen, die Kunden und Unternehmen aus dem B2C und B2B Geschäft zusammenbringt und eine Reflexion aus allen Perspektiven erlaubt.“ Stephan Fink, Sprecher des Vorstands Fink & Fuchs Public Relations AG, fasste zusammen: „Social Media, Mobilität oder Location Based Services sind nur einige Trends, die signifikante Auswirkungen auf die Schnittstellen zwischen Unternehmen und ihren Bezugsgruppen haben. Auf der Digital Touch konnte man sehen, wie viele gute Beispiele es für den erfolgreichen Einsatz von Web 2.0-Technologien schon jetzt gibt.“

Seite Page 3

Schlussbericht

Digital Touch

Frankfurt am Main, 22. und 23. November 2010

Den besonderen Mix an Teilnehmern und Ausstellern betonte Klaus H. Stoll, Geschäftsführer, Vinexus Wine-Logistix GmbH: „Das ist das erste Mal, dass sich zu diesem Thema nicht nur die bekannten führenden Unternehmen, sondern auch ein so große Anzahl von kleineren, hoch innovativen Unternehmen zusammenfinden. Die Digital Touch 2010 hat mir gezeigt, welche starken Innovationen in diesem Wettbewerb entstehen können.“

Dies zeigte auch der „BOCCIA – Best of Company Customer Interaction Award“. Der neue, von der Intargia Managementberatung ausgelobte Wettbewerb zeichnet herausragende und zukunftsweisende Anwendungslösungen zur digitalen Kunden-Interaktion aus. Im Rahmen der Abendveranstaltung am ersten Kongresstag erhielten die Clanmo GmbH den BOCCIA Award in der Kategorie „Digital Touch Today“ und die Mobile Software AG in der Kategorie „Digital Touch Tomorrow“.

Datenbasiert, individuell und dialogorientiert

Schnelle Datennetze, benutzerfreundliche und faszinierende Endgeräte, Zukunftsvisionen: Der Markt verändert sich derzeit schneller als die Unternehmen reagieren. Dabei erfordern neue Technologien und deren Akzeptanz durch die Konsumenten schon heute ein Umdenken in der Kundenkommunikation. Kurze Wege, schneller Response, Service und persönlicher Nutzen waren in vielen Vorträgen die Schlüsselworte für erfolgreiche Konzepte.

Einer der großen Treiber ist das mobile Internet. Laut verschiedener Prognosen wird es die Kommunikation in ähnlich radikaler Weise verändern wie das Internet im Jahr 2000. Jens Redmer, Business Development, Google GmbH, führte dazu aus, dass mobile Endgeräten zukünftig vielfältige Funktionen in allen Lebensbereichen übernehmen werden.

Ob mobil oder stationär – dass Digital Touch Points gerade im Handel keinen Ersatz für den direkten Kontakt darstellen, betonte

Seite Page 4

Schlussbericht

Digital Touch

Frankfurt am Main, 22. und 23. November 2010

Tom Acland, Managing Director, Neue Digitale/Razorfish GmbH:
„Digitale Touch Points sind ein Werkzeug für die Händler. Sie substituieren die persönliche Beratung nicht. Vielmehr haben sie eine unterstützende Funktion, indem sie beispielsweise Realtime-Customizing direkt am POS ermöglichen.“ Lutz Spannuth, Geschäftsbereichsleiter Görtz direct, Görtz GmbH, führte dazu anschaulich aus, wie durch einen kunden- und lifestyleorientierten Ansatz der Bogen vom digitalen zum analogen Touch Point in den Handelsfilialen geschlagen werden kann.

Pull statt Push, Information statt Werbung und die nutzbringende Verbindung zwischen der digitalen und analogen Welt. Für den Trendforscher Sven Gábor Jánosky steht fest: Zukünftig wird gewinnen, wer nicht wie bisher um die Aufmerksamkeit der Konsumenten kämpft, sondern echte Anerkennung vermittelt. Welcher Kunde hat welche Interessen? Wann und wo gab es den letzten Kontakt und worüber wurde gesprochen? Was wurde gekauft, was hat gefallen? Der Trend geht klar zur individualisierter, technologiegestützter Ansprache. Eine nahe Vision sind beispielsweise lernfähige Assistenten, die Informationen, Medieninhalte oder Angebote automatisiert auf die Nutzer zuschneiden und kontinuierlich anpassen.

Digital Touch

Die neue Kongressmesse Digital Touch ist die erste anwendungsbezogene Plattform, die sich auf die Digitalisierung von Kundenbeziehungen spezialisiert. Mitveranstalter ist die Intargia Managementberatung GmbH, Schirmherr das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie. Als Medienpartner beteiligten sich 2010 die Financial Times Deutschland sowie die Fachmagazine Digital Business, eCommerce, Fischer's Archiv, Marketing Börse, Mobile Business und One to One.

Die nächste Digital Touch findet im Oktober 2011 statt.

Schlussbericht

Digital Touch

Frankfurt am Main, 22. und 23. November 2010

Hintergrundinformation Messe Frankfurt

Die Messe Frankfurt ist mit 424 Millionen Euro Umsatz und weltweit über 1.660 Mitarbeitern das größte deutsche Messeunternehmen. Der Konzern besitzt ein globales Netz aus 28 Tochtergesellschaften, fünf Niederlassungen und 52 internationalen Vertriebspartnern. Damit ist die Messe Frankfurt in mehr als 150 Ländern für ihre Kunden präsent. An über 30 Standorten in der Welt finden Veranstaltungen "made by Messe Frankfurt" statt. Im Jahr 2009 organisierte die Messe Frankfurt über 90 Messen, davon mehr als die Hälfte im Ausland. Auf den 578.000 Quadratmetern Grundfläche der Messe Frankfurt stehen derzeit zehn Hallen und ein angeschlossenes Kongresszentrum. Das Unternehmen befindet sich in öffentlicher Hand, Anteilseigner sind die Stadt Frankfurt mit 60 Prozent und das Land Hessen mit 40 Prozent.

Weitere Informationen: www.messefrankfurt.com

Hintergrundinformation INTARGIA Managementberatung GmbH

Die INTARGIA Managementberatung GmbH aus Dreieich bei Frankfurt ist eine mittelständische, unabhängige Beratungsgesellschaft für IT-Management und IT-Projektmanagement. Seit 1989 berät INTARGIA große und mittelständische Unternehmen sowie öffentliche Institutionen im Kontext der strategischen Nutzung von IT- und Informationssystemen und der damit verbundenen Optimierung von Geschäftsprozessen. Zu den Kunden zählen u.a. die Deutsche Lufthansa AG, Deutsche Post AG, Berner Kantonalbank AG, expert AG oder Deutsche Forschungsgemeinschaft DFG. Im März 2010 wurde das Unternehmen vom Wirtschaftsmagazin Wirtschaftswoche zu einer der drei führenden IT-Strategieberatungen in Deutschland gewählt.

Weitere Informationen: www.intargia.com

Hintergrundinformation Akademie Messe Frankfurt

Die Akademie Messe Frankfurt gehört zur Messe Frankfurt Medien und Service GmbH, einem Tochterunternehmen des Konzerns Messe Frankfurt und bietet ein umfassendes Angebot an Seminaren, Lehrgängen und Personaltrainings. Mit den Veranstaltungen Digital Touch, Email Expo, Expobusiness und weiteren Themen steigt die Messe Frankfurt in das Geschäftsfeld der Fachkonferenzen und Kongressmessen ein. Weitere Informationen: www.akademie.messefrankfurt.com