

EDI hat ein Gesicht bekommen

05.07.2008, 18:05 | Medien & Telekommunikation

Pressemitteilung von: *Westaflex Gütersloh*

Presseagentur: *Last PR, Osnabrück*



EDI Logo

Was wäre ein Kinofilm ohne Plakat? Was eine Gala ohne Motto und Logo? Was eine Religion ohne Symbol? Nur im Fall EDI – dem elektronischen Nachrichtenaustausch auf UN-Norm EDIFACT fehlte bislang (s)ein Gesicht!

Das neue, lizenzfrei nutzbare Logo entstand im Vorfeld des Welt-EDI-Tages zum 12. November. Es symbolisiert die Dynamik der vollautomatischen Geschäftsprozesse, über Branchen, Transportnetze und Übertragungsprotokolle hinweg. Der Farbanteil blau deutet den Ursprung des weltweiten Standards an: die Welthandels-Organisation mit deren prägnanten blau-weißen Auftritt.

Weltweite Zusammenarbeit über Kontinente und Zeitzonen hinweg, bedarf einer offenen Norm: EDI.

Alle führenden ERP-Softwareanbieter und innovative Branchen, wie Automobil-, Bekleidungs-, Lebensmittel- und eben auch die SHK-Branche nutzen zu einem hohen Prozentsatz die papierlosen EDI-Nachrichtenformate. Nimmt der Zeit- und Kostendruck zu, kann der Massendatenversand nur über etablierte Standards abgewickelt werden.

Wenn EDI funktioniert, merkt es niemand. Nur wenn plötzlich seine Funktionalitäten im Banken- oder Transportwesen ausfallen, ist manuelle Abwicklung gar nicht mehr gegeben. Längst hat der EDI-Rechner Routineaufgaben von Menschen abgenommen, zum Wohle des menschlichen Sachverstandes in der Kundenberatung und -betreuung. Mit dem neuen Logo „EDI inside“ wird diese Dienstleistung wieder sichtbar mit dem Ziel einer noch höheren Durchdringung bspw. im SHK-Handel.

Zeit für das Wesentliche. Zeit für Innovation und Konzeption am Markt – alles Dank EDI.

Erstmals gibt es ein EDI-Logo, das die einmalige Idee und Vorteile eines elektronischen Datenaustausches symbolisiert. Es wurde von der Agentur deep-impact konzipiert und ist dort in verschiedenen DTP-Formaten erhältlich.

Mit dem EDI-Logo verbindet das ARGE Mitglied Westaflex eine weitere Verbreitung in der europäischen SHK-Branche und der Option von Logo-Dienstleistungen als EDI-Flatrate.

Ein Symbol erzählt eine Geschichte. Das Symbol eine ganze Philosophie. Unser Symbol geht um die Welt.

Portrait

Über Dieter Last Kommunikation: Das 1978 von H.D. Wollenberg gegründete Büro für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit vertritt Unternehmen und Verbände aus dem Bauwesen in allen Belangen der klassischen PR. Über deep-impact: Die Mainzer Agentur ist spezialisiert auf Markenlogos, Werbefilme und innovative Produktdarstellungen. Webseiten-Layout und Farbberatung rundet das Leistungspaket ab. Über Westaflex: Unser Unternehmen ist unter anderem auf Automobilteile, flexible Luftkanäle, flexible Alurohre, Schallschutzelemente, Wetterschutzgitter und Wetterschutzgitter spezialisiert. Ebenso sind wir fachlich versiert, wenn es um Edelstahlrohr, quadratisches Rohr, Rauchfang, Abgasleitung, Abgastechnik, Flexrohr, Luftkanal (flexibel), Schalldämpfer für die Klimaanlage, Schallschutztechnik, Schornstein, Wellrohr, EnEV und Wohnungslüftung geht.

News-ID: 224656 • Views: 207 (Stand: 29.10.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/224656/EDI-hat-ein-Gesicht-bekommen.html>