

Das war die meshed#1

18.06.2009, 17:16 | IT, New Media & Software

Pressemitteilung von: *Gentics Software GmbH*



meshed#1

Die meshed#1, Social Media und Online-Marketing Konferenz, hat am 28. und 29. Mai erfolgreich ihre Premiere gefeiert! Gemeinsam mit zahlreichen Teilnehmern, unseren Vortragenden und Partnern, haben wir zwei kurzweilige Tage lang den Web 2.0 Dschungel gelichtet. Das positive Feedback des Publikums bestätigt den Erfolg der meshed#1, und zeigt auch den Bedarf nach solch einer Veranstaltung.

Mittendrin statt nur dabei: Manuel Aghamanoukjan und Alexander Szlezak von Gentics, die uns ihre Eindrücke und Erlebnisse von der meshed#1 nun berichten werden.

"Die Vorträge und Workshops haben ein dichtes wissensgeladenes Programm geboten. Wir haben die meshed#1 in allen Facetten dokumentiert und für Sie festgehalten", erzählt Manuel ganz aufgeregt. "Unter » meshed-conference.com erwarten Sie eine Fotoreihe und Videos zu den beiden Konferenztagen", ergänzt Alexander weiter.

Zahlreiche Teilnehmer aus Wirtschaft und Wissenschaft haben mit Interesse die Vorträge der Speaker (für alle die noch nicht dem ein"englischen" verfallen sind: die Redner, die Vortragenden) verfolgt, die sich in ganz unterschiedlicher Weise und mit zahlreichen Best und auch Worst Practice Cases dem Thema Social Media Marketing gewidmet haben.

Fazit: Wer Social Web nicht macht, mit dem macht Social Media!

Web 2.0 stellt die Marketing- und Presseabteilungen der Unternehmen vor neue Herausforderungen: Kunden konsumieren nicht mehr nur, sondern werden zu aktiven Meinungsbildnern und Mitgestaltern. Auch negatives Feedback kann von Unternehmen dabei positiv umgemünzt werden. Das Zauberwort der neuen Kundenbindung lautet "Zuhören", kombiniert mit dem richtigen Reagieren. Dies erfordert ein umfassendes Verständnis wie Social Media Plattformen und deren Akteure "ticken", und ein strategisches Ausrichten der Web 2.0 Aktivitäten. Und last but not least wird die Zukunft der Kommunikation auch mobil und sehr dynamisch!

Nach fünf anregenden Vorträgen hat Tag eins der meshed mit einer Führung durch das AEC (Ars Electronica Center) geendet, wo sich alle Interessierten unter anderem im Deep Space verblüffen haben lassen (mehr dazu unter: » Was bitte ist der Deep Space?)

Mit den Workshops am zweiten Konferenztag ist es auf der meshed#1 praktisch geworden. Susanne Holzer, Verantwortliche für Social Media Marketing bei Netural Communication, hat die Teilnehmer durch Twitter, Facebook, Youtube und Xing geleitet, und parallel selbst das Geschehen mit gezwitschert.

Zwei gelungene, wissensgeladene Konferenztage haben im frisch eröffneten Linz'09 Höhenrausch ihren Abschluss gefunden, hoch über den Dächern von Linz.

Sie haben die meshed#1 verpasst? Dann freuen Sie sich jetzt schon auf die meshed#2. Die meshed#1 ist vorbei, die meshed#2 wird kommen, und Sie hoffentlich auch! Ab Herbst gibt's die Details!

Portrait

Gentics Software GmbH ist führender, österreichischer Hersteller und Anbieter von Content Management Systemen und Portal Lösungen mit einem starken Engagement im Bereich Enterprise 2.0. Gentics wurde im Jahr 2000 gegründet, beschäftigt heute 25 Mitarbeiter und zählt zahlreiche österreichische und internationale Großunternehmen zu seinen Kunden (Swarovski, Canon, Bundesrechenzentrum, Bundesministerium für Finanzen, WKO, Baumax, Alpine Mayreder, Comission of the European Communities, Orange, Telering, T-Mobile, Silhouette und eine der größten, österreichischen Banken).

Gentics Produkte zeichnen sich durch leichte Bedienbarkeit, hohe Wirtschaftlichkeit und hervorragende Integrationsfähigkeit aus. Die Produktpalette umfasst ein Enterprise CMS – Gentics Content.Node – und ein Enterprise Portal – Gentics Portal.Node. Gentics ist ein mehrfach ausgezeichnetes, unabhängiges österreichisches Unternehmen mit mehr als 650 realisierten Projekten und über 30 zertifizierten Partnern.

News-ID: 318543 • Views: 201 (Stand: 22.10.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/318543/Das-war-die-meshed1.html>