

Magnolia Conference: Begeisterung rund um digitale Transformation

18.06.2015, 16:33 | IT, New Media & Software

Pressemitteilung von: *Magnolia International Ltd.*

Magnolias sechste Konferenz war die bisher größte - über 300 Teilnehmer reisten nach Basel. Die Veranstaltung fand vom 9. bis 11. Juni im Pathé Cinema in Basels Altstadt statt. Sie bestand aus einem ganztägigen Workshop und zwei Präsentations-Tagen. Magnolia kündigte seine neue Positionierung als Digital Business Plattform mit CMS-Funktionalität im Kern an, sowie sein neues SaaS-Angebot und Details zur bevorstehenden 5.4 Version.

Die digitale Transformation und Disruption standen im Mittelpunkt der Veranstaltung. Magnolias Chief Visionary Officer Boris Kraft erläuterte, warum Unternehmen ihre digitale Infrastruktur vereinheitlichen müssen. "Die digitale Transformation geht alle an. Wandel geschieht immer schneller," sagt er. "Wir benötigen eine solide und gleichzeitig hoch agile Grundlage, um dem Wandel gerecht zu werden und die Anforderungen an die Zukunft zu erfüllen. Die Open Suite-Herangehensweise erlaubt es Unternehmen, schnell Gewinne einzufahren, einen hohen ROI zu erreichen, Risiken zu reduzieren und flexibel zu bleiben."

Magnolia zeigte in diesem Zusammenhang auch die Stärke des Internet der Dinge auf - mit Talks zu neuen Magnolia-Apps, die zum Managen von Beacons und damit für relevantere Kundenerfahrungen verwendet werden können. Beacons kamen auch auf dem Event selbst zum Einsatz: Teilnehmer erhielten je nach Standort Push-Nachrichten auf dem Smartphone mit Infos zum Event und zum Programm.

Chief Executive Officer von Magnolia, Pascal Mangold, stellte die neue Positionierung von Magnolia als Plattform für das digitale Geschäftswesen mit Content Management als Kernfunktionalität vor - eine Neuheit, die gut bei den Partnern und Kunden ankam, die Magnolia bereits als Zentrum für Web-, Mobil- und IoT-Initiativen nutzen.

Mangold sprach außerdem über einige von Magnolias Neukunden. Er führte Magnolias neue Webseite vor, die eine reichhaltige und relevante Kundenerfahrung bietet. Außerdem berichtete er vom bevorstehenden Umzug in neue Bürogebäude, um der wachsenden Mitarbeiterzahl gerecht zu werden.

Philipp Bärzfuss, Magnolias Chief Technical Officer, kündigte die bevorstehende Version 5.4 an. Diese konzentriert sich darauf, Entwicklern die Arbeit zu erleichtern. Die neue Version setzt die Eintrittsbarriere nach unten, indem 'light modules' von Entwicklern individuell angepasst werden können, mit Frontend-Technologien und HTML auf dem Filesystem - auch ohne Java.

Magnolia kündigte außerdem sein neues SaaS-Angebot an. Jetzt können Kunden die Magnolia Enterprise Edition monatlich lizenzieren, Deployments optimieren und Upgrades verwalten. Kunden brauchen so keine eigene Hardware mehr, da Magnolia on demand in der Cloud läuft. Das Unternehmen erwartet eine große Nachfrage, insbesondere für Kampagnen-Seiten, Proofs of Concept und Projekte, bei denen Flexibilität und Schnelligkeit für den Markteintritt ausschlaggebend sind.

Neben Magnolias Neuigkeiten zum Unternehmen, Produkt und Fortschritten in diesem Jahr, waren Kunden-Statements zur Digital Transformation ein weiterer Höhepunkt der Konferenz. Kunden zeigten, wie sie Magnolia nutzen, um ihre Unternehmen voranzutreiben.

Personalisierung, Website-Internationalisierung und E-commerce bildeten den Schwerpunkt des Programms - mit Präsentationen von Kunden und Partnern im Digital Business und Technical Stream. Virgin Holidays präsentierte seine E-commerce Erfolgsgeschichte. Die PERI Group, zusammen mit Partner Lemonize, beschrieben, wie sie Magnolia als globale Marken-Plattform nutzen. Andere Highlights der Veranstaltung waren die Präsentation von Josh Valman, RPD International, sowie Mark Halvorson, der Insights in die transparente Kultur von Atlassian, (Australiens schnellstwachsendes Software-Unternehmen) gab.

Für viele war die Unconference am zweiten Tag ebenso ein Highlight. Dort haben die Teilnehmer den Agenda gesetzt und das besprochen, was sie für wichtig erachten. Andere fanden besonders die Panel-Diskussion zur digitalen Transformation am Ende von Tag eins wertvoll. Dort haben Sabine Berghaus, Autorin des Swiss Digital Transformation Reports 2015, Mark Halvorson von Atlassian und Josh Valman von RPD International sowie Daniel Hinderink von dpool, eine lebhaft Diskussion zum Thema der komplexen Herausforderungen der digitalen Transformation für Unternehmen geführt.

Die Workshops waren dieses Jahr überbucht. Im nächsten Jahr soll daher dieser Teil der Konferenz noch weiter ausgebaut werden.

Mehr Information unter: conference.magnolia-cms.com.

Portrait

Über Magnolia

Magnolia ist eine Plattform für das digitale Geschäftswesen, mit Content Management als Kernfunktionalität. Unternehmen wie Airbus, Al Arabiya, Avis und Virgin America nutzen Magnolia als Herz ihrer Web-, Mobile- und Internet-der-Dinge-Initiativen.

Magnolias einzigartige Open Suite-Herangehensweise hilft Unternehmen, schneller auf den Markt zu gehen, sich flexibel an neue Geschäftsbedingungen anzupassen und Drittsysteme einfach zu integrieren. So können sie hervorragende Multi-Channel-Kundenerfahrungen aufbauen, und gleichzeitig alle Inhalte und Assets zentral kontrollieren.

Magnolia wurde 1997 gegründet, hat seinen Hauptsitz in Basel, Schweiz und ist in Privatbesitz. Das Unternehmen hat weltweite Niederlassungen und Kunden in mehr als 100 Ländern.

News-ID: 858511 • Views: 187 (Stand: 01.06.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/858511/Magnolia-Conference-Begeisterung-rund-um-digitale-Transformation.html>