

mx28
die messe fachtagung

28. Messe-Fachtagung

01.+02.12.2010

SOFITEL Bayerpost
in München

2 Veranstaltungstage – 3 Schwerpunktthemen – 20 Experten – Podiumsdiskussion
Keynotes durch Dr. Christian Mikunda und Dirk Kreuter + 2 Fachdialoge

Die 28. Messe-Fachtagung ist eine Veranstaltung vom MESSE INSTITUT. www.messe-institut.de



Treffpunkt der
Messeprofis



Zukunft, Verantwortung, Kompetenz –
Intelligente Strategien für professionelles Messe-Marketing. So funktioniert Messe!

Programmübersicht Mittwoch 01.12.2010

09.00	Einlass	
10.00	Begrüßung	Eröffnung und Begrüßung im Plenum durch Christoph R. Quattlander
10.15	Key-Note 1	Die 7 Hochgefühle und wie man sie auf der Messe weckt – Dr. Christian Mikunda
11.30	Pause	Zeitgleich zur Pause: Exploration durch das Design-Hotel SOFITEL Bayerpost mit Dr. Christian Mikunda
12.00	Case Study	Damit Kunden kaufen – Umsatzgenerierung durch Messeinszenierung – Bettina Hofmann, Fossil
12.35	Pause	
13.00	Business-Lunch	Mittagsbuffet im Hotelrestaurant Schwarz & Weiz
14.15	Diskussion	Podiumsdiskussion zum Leitthema der MX28 moderiert von Christoph R. Quattlander mit Dr. Christian Mikunda, Dr. Urs Seiler, Prof. Stefan Luppold, Ralph Missy, Antje Hundhausen
15.15	Schwerpunkt 1	Effizienz und Kostenmanagement – Intelligentes Investment bei maximaler Wirkung - Einführung einer Balanced-Scorecard zur Effizienzsteigerung anhand eines internationalen Erfahrungsberichts – Anneke Mutters, Wacker Chemie - Konsequent Marke und Kosten managen! – Andreas Enzenbach, B&R
16.15	Pause	
17.00	Schwerpunkt 2	Social Media und Zukunftstrends – Messe-Erfolgsformeln im Online-Zeitalter - Social Media-Strategien in der Messe-Praxis – Antonio De Mitri - Die Messewirtschaft 2020 – was sind die Erfolg versprechenden Strategien und Trends der Zukunft? – Prof. Dr. Jörg Beier
18.15	Feedback und Come Together	Zusammenfassung
20.00	Business-Dinner	Abendbuffet im Hotelrestaurant Schwarz & Weiz

Zukunft, Verantwortung, Kompetenz – Intelligente Strategien für professionelles Messe-Marketing. So funktioniert Messe!

Programmübersicht Donnerstag 02.12.2010

09.00	Einlass	
10.00	Begrüßung	Eröffnung und Begrüßung im Plenum durch Christoph R. Quattlander
10.15	Key-Note 2	In 5 Schritten zu neuen Messekunden – Dirk Kreuter
11.15	Pause	
11.45	Schwerpunkt 3	Internationale Messepräsenz – Zutritt zu Zukunftsmärkten ermöglichen - Go East – Erfolgreich ausstellen in der Boomregion Asien – Peter Bittler - Der Messeplatz – Zum richtigen Zeitpunkt am richtigen Ort – Prof. Stefan Luppold
13.00		Vorstellung der Dialog Fachreihe 1 durch ein Impulsreferat von Karsten Fricke Vorstellung der Dialog Fachreihe 2 durch ein Impulsreferat von Dr. Peter Zimmer
13.15	Business-Lunch	
14.30	Fachdialog 1	Effizienz – Schlummernde Potenziale wecken - Kostenoptimierung durch Marketing & Einkauf – moderiert von Karsten Fricke, co-moderiert von Björn Jopen
14.30	Fachdialog 2	Verantwortung – CSR - Nachhaltigkeit als natürlicher Katalysator für innovatives Messemarketing – moderiert von Dr. Peter Zimmer, co-moderiert von Patrick Eisend
16.00	Come Together	Vorschau auf die MX29 und offizielle Verabschiedung im Foyer

Programmübersicht Mittwoch 01.12.2010

09.00 Uhr Einlass und Registrierung – Foyer, Ausstellungsfläche

10.00 Uhr Eröffnung und Begrüßung im Plenum
durch den Moderator Christoph R. Quattlender – Chefredakteur des Magazins „wörkshop – Marketing-Messe-Event“

10.15 Uhr Die 7 Hochgefühle und wie man sie auf der Messe weckt Key-Note 1



Dass es immer schwieriger wird, Marken voneinander zu differenzieren, wissen Marketingexperten seit langem. Doch wie macht man Marken auf Messen wirklich differenzierend erlebbar und wie erzeugt man zukünftig erfolgreich emotionale Bindung durch Experience Branding?

Dr. Christian Mikunda – Buchautor und Vordenker

Er war lange als Fernsehjournalist und -dramaturg tätig, heute berät er als „Vordenker neuer Erlebniswelten“ die europäische Wirtschaft. Neben etlichen Lehrbeauftragungen an diversen namhaften Hochschulen ist Mikunda insbesondere durch äußerst erfolgreiche Buchpublikationen über die deutschsprachigen Grenzen hinaus bekannt.

11.30 Uhr Pausengespräche
mit Referenten, Teilnehmern und Ausstellern im Foyer

zeitgleich Exploration durch das Design-Hotel Bayerpost mit Dr. Christian Mikunda
Dr. Christian Mikunda zeigt direkt im Anschluss an seinen Vortrag allen Interessierten die Wirkung der räumlichen Gegebenheiten des außergewöhnlichen Fünf-Sterne-Designhotels im Rahmen einer 15-minütigen Live-Tour.

12.00 Uhr Damit Kunden kaufen – Umsatzgenerierung durch Messeinszenierung



Case Study Messe – Wie ein amerikanisches Modeunternehmen im europäischen Markt mit starken Messeauftritten innerhalb seiner Marketing Strategie die Bekanntheit extrem steigert und den Vertrieb enorm beflügelt. Die verschiedenen Marken- und Produktlinien der Fossil Group decken ein breites Spektrum des modischen Uhren- und Schmuckmarktes ab und bieten für die einzelnen Käuferschichten jeweils unterschiedliche Produkte an. Je nach Markenstrategie und Positionierung der Marke wird der Verbraucher sowohl produkt- als auch kommunikationsseitig entsprechend seiner Bedürfnisse angesprochen.

Bettina Hofmann – Marketing Manager Fossil GmbH

Hofmann studierte Betriebswirtschaft mit den Schwerpunkten Marketing und Kommunikation an der Friedrich Alexander Universität Nürnberg und ist seit 9 Jahren im Marketingumfeld tätig. Seit 2005 verantwortet sie den Bereich Marketing für das Lifestyle-Unternehmen Fossil.

12.35 Uhr Pausengespräche
mit Referenten, Teilnehmern und Ausstellern im Foyer

13.00 Uhr Mittagsbuffet im Restaurant
Business-Lunch im Hotelrestaurant Schwarz & Weiz

**Zukunft, Verantwortung, Kompetenz –
Intelligente Strategien für professionelles Messe-Marketing. So funktioniert Messe!**

14.15 Uhr

Podiumsdiskussion zum Leitthema der MX28

Diskussion

Moderation durch Christoph R. Quattlender – Chefredakteur des Magazins „wörkshop – Marketing-Messe-Event“
Christoph R. Quattlender ist ein erfahrener Generalist in Sachen Marketing-Kommunikation. Vernetzte, cross-mediale Lösungen sind seine Stärke. Seine Karriere führte ihn durch eine Reihe namhafter BtoB-Unternehmen wie z. B. Festo Pneumatik oder Thyssen Aufzüge, bevor er QONTUR, die Agentur für integrierte Marketing-Kommunikation gründete. Als Chefredakteur der Zeitschrift wörkshop (Marketing-Messe-Event) hat er sich durch seine Fachkompetenz und seine kritische Sicht der Dinge einen Namen gemacht. Er ist Mitglied im Kommunikationsverband, im Deutschen Fachjournalisten-Verband und in der Deutsch-Neuseeländischen Gesellschaft.“



Dr. Christian Mikunda – Buchautor und Vordenker

Er war lange als Fernsehjournalist und -dramaturg tätig, heute berät er als „Vordenker neuer Erlebniswelten“ die europäische Wirtschaft. Neben etlichen Lehrbeauftragungen an diversen namhaften Hochschulen ist Mikunda insbesondere durch äußerst erfolgreiche Buchpublikationen über die deutschsprachigen Grenzen hinaus bekannt.



Dr. Urs Seiler – Managing Partner Smartville und Chefredakteur ExpoData

Dr. Urs Seiler-Esterson ist Inhaber der Kommunikationsagentur smartville.ch und Chefredaktor Expodata, Zeitschrift für Brand-Experience. Smartville unterstützt Unternehmen, Organisationen und Individuen aus der Messewirtschaft und auch sich selbst mit hochwertigen Kommunikationskampagnen um besser und schneller zu verkaufen.



Prof. Stefan Luppold – Leiter Studiengang Messe-, Kongress- und Eventmanagement an der FH Karlsruhe

Prof. Luppold ist seit 2006 Leiter des Studiengangs „Messe-, Kongress- und Eventmanagement“ an die Karlsruhochschule International University. Zuvor war er als Executive Director of Marketing Europe der Ungerboeck Systems Int. GmbH für die Betreuung und Beratung nationaler und internationaler Kunden aus dem gesamten Bereich der Veranstaltungswirtschaft tätig, darunter Porsche und Daimler, Manchester United, die Stockholm International Fair sowie das Cape Town International Convention Center. Er ist außerdem Mitglied im wissenschaftlichen Beirat der DeGefest und im Tutoren-Team des Welt-Messe-Verbandes UFI.



Ralph Missy – Inhaber UNID – one voice branding

Nach seinem Studium zum Industrie Designer an der Fachhochschule für Gestaltung in Schwäbisch Gmünd und dem Aufbaustudium der Betriebswissenschaften verbrachte er die ersten Jahre als Designer und Marketing Consultant bei der BMW AG und der GE Plastic Design Association. 1990 gründete er die Kommunikationsagentur UNID, die sich mit ganzheitlicher Markenführung dem ONE VOICE BRANDING in den Disziplinen Design, Strategy, Advertising und Events beschäftigt.



Antje Hundhausen – Vice President Corporate Architecture Deutsche Telekom

Seit Mitte 2007 verantwortet die Diplom-Betriebswirtin Antje Hundhausen den Bereich Corporate Architecture/Experience Marketing für den Konzern Deutsche Telekom AG. Davor leitete sie bei der Deutschen Telekom AG von 2000–2007 den Zentralbereich Marketingkommunikation. Auf Agenturseite war sie als Senior Consultant im Bereich Marketing bei der amerikanischen Agentur George P. Johnson für den Großkunden IBM Stuttgart tätig. Von 1996–1999 Leiterin Messen und Events bei Mannesmann o.tel.o, davor Projektleitung der Touristikmesse von 1994 bis 1996 bei der Messe Essen GmbH.

Programmübersicht Mittwoch 01.12.2010

15.15 Uhr

Intelligentes Investment bei maximaler Wirkung Schwerpunkt Effizienz und Kostenmanagement

Schwerpunkt 1

Der Themenblock wird vorgestellt und moderiert von
Ulrich Raebel – Direktor Business Relations bei Johnson & Johnson

Er studierte an der Universität Wirtschaftswissenschaften und beschäftigt sich seit vielen Jahren mit der Kommunikation und dem Branding von internationalen Konzernen. Firmen wie Krupp, Hewlett-Packard und Johnson & Johnson sind Stationen seiner Laufbahn. Fast 20 Jahre verantwortete er die Kommunikation von Johnson & Johnson Medical in Norderstedt und war zugleich Unternehmenssprecher. Der jetzige Schwerpunkt liegt in der Neuausrichtung wissenschaftlicher Medizinkongresse. Er hat neben dem Vorsitz des Industriebeirates der Deutschen Gesellschaft für Chirurgie noch weitere Funktionen in verschiedenen wissenschaftlichen Gesellschaften.



je 30 Min.
Vortrag,
Fragen u.
Antworten

Einführung einer Balanced-Scorecard zur Effizienzsteigerung anhand eines internationalen Erfahrungsberichts

Eine Messe ist das monetär teuerste Kommunikationsinstrument, dementsprechend ist die Erwartungshaltung des unternehmerischen Nutzens besonders hoch. Jedoch: Wie weist man den Entscheidungsträgern fundierte Marktpotentiale und effiziente Kostenstrukturen auf? Die Wacker Chemie AG hat sich im Rahmen eines globalen Projektes für die Einführung eines auf der Balanced Scorecard basierenden Systems entschieden.



Anneke Mutters – Manager Trade Fairs & Exhibitions / Corporate Communications, Wacker Chemie AG

Sie studierte Wirtschaftspädagogik an der Universität Kassel. Anschließend übernahm sie bei Wacker das Tätigkeitsfeld Organisation und Umsetzung von Messen weltweit. Hierbei war sie u. a. verantwortlich für die Implementierung eines neuen Systems, Messen messbar zu machen.

Konsequent Marke und Kosten managen!

Einheitliche mittelständische Messeauftritte weltweit zur Ansprache unterschiedlicher Internationaler Zielgruppen. Wie steuert man den Evaluationsprozess für Dienstleister und findet sicher die richtige Entscheidung „Make-or-Buy“. Enzenbacher berichtet über die Vorteile langfristiger Zusammenarbeit gegenüber Einzelausschreibungen und die Flexibilität durch maximale Modularität – auch ohne Systemlösungen!



Andreas Enzenbach – Manager Communications and Marketing, Bernecker+Rainer Industrie-Elektronik GmbH

Diplom-Betriebswirt Andreas Enzenbach (45) studierte in Würzburg Betriebswirtschaft mit den Schwerpunkten Marketing, Kommunikation und Personal. Nach diversen leitenden Funktionen in deutschen Industriekonzernen verantwortet Enzenbach seit Juni 2006 das internationale Marketing sowie die Unternehmenskommunikation bei B&R im österreichischen Eggelsberg.

16.30 Uhr

Pausengespräche

mit Referenten, Teilnehmern und Ausstellern im Foyer

Zukunft, Verantwortung, Kompetenz – Intelligente Strategien für professionelles Messe-Marketing. So funktioniert Messe!

17.00 Uhr

Messe Erfolgsformeln im Online Zeitalter Schwerpunktthema Social Media und Zukunftstrends

Schwerpunkt 2

Der Themenblock wird vorgestellt und moderiert von
Christian Jacob – Leitung Kommunikation, Siemens Enterprise Communication

Er studierte Wirtschaftswissenschaften und hat langjährige Berufserfahrung in Marketing, Kommunikation, globalem Branding und Change Management. Zu seinem Aufgabenbereich zählt die Gestaltung der internen und externen Kommunikation und ist dadurch maßgeblich an der Neuausrichtung von Marke und Image beteiligt.



je 30 Min.
Vortrag,
Fragen u.
Antworten

Social Media-Strategien in der Messe-Praxis

Social Media und Messen passen ideal zusammen. Beide haben den selben Ansatz: sie sind Plattformen, auf denen Menschen mit Menschen zusammenkommen, um sich über Themen auszutauschen. Der besondere Reiz der virtuellen Welten liegt in der sogenannten Viralität der Inhalte. Botschaften, die Usern gefallen, breiten sich mit einem einfachen Knopfdruck wie ein Virus im Netz aus. Dadurch entsteht ein regelrechter Schneeballeffekt.



Antonio De Mitri – Journalist und Redakteur

De Mitri ist gelernter Journalist und arbeitet seit 16 Jahren als Kommunikationsberater, vorwiegend im Bereich ITK. Unter anderem war er für die Leipziger Messe beratend tätig. Er ist spezialisiert auf Social Media und weiß, wie Aussteller die neuen Medien flankierend für die Messe-Kommunikation einsetzen können. Er betreibt eigene Blogs, die Web 2.0-Lösungen für den Mittelstand thematisieren.

Die Messewirtschaft 2020

Aktuelle Ergebnisse einer weltweiten Delphi-Studie in Zusammenarbeit mit der UFI werden von Prof. Baier praxisnah und richtungweisend dargestellt.



Prof. Dr. Jörg Beier – Duale Hochschule Baden-Württemberg, DHBW Ravensburg

Prof. Dr. Beier ist seit 1983 Professor und Studiengangleiter an der Dualen Hochschule Baden-Württemberg, ehemals Berufsakademie Ravensburg. 1986 gründet er mit Unterstützung des Aussteller- und Messe-Ausschusses der Deutschen Messewirtschaft e. V. (AUMA) und anderer deutscher Verbände der Messewirtschaft den ersten speziellen Studiengang für die Messe-, Kongress- und Eventwirtschaft. Seine wissenschaftlichen Schwerpunkte liegen auf den Gebieten Strategische Unternehmensplanung, Benchmarking, Markt- und Standortforschung, angewandte Messesforschung, internationales Managementtraining und internationale Messemarktforschung.

18.15 Uhr

Zusammenfassung des Tages und Ausblick auf den nächsten Veranstaltungstag der MX28

Unmittelbar im Anschluss Come Together und Networking im Foyer:

Gespräche mit Referenten, Teilnehmern, Ausstellern und Mitgliedern der Xing Gruppe Forum Messe

20.00 Uhr

Abendbuffet im Restaurant

Business-Dinner im Hotelrestaurant Schwarz & Weiz

Programmübersicht Donnerstag 02.12.2010

09.00 Uhr Einlass und Registrierung – Foyer, Ausstellungsfläche

10.00 Uhr Eröffnung und Begrüßung im Plenum

durch den Moderator Christoph R. Quattlander – Chefredakteur des Magazins „wörkshop – Marketing-Messe-Event“

10.15 Uhr In 5 Schritten zu neuen Messekunden

Key-Note 2

Messen werden nach wie vor zu wenig dafür genutzt, wofür sie eigentlich existieren: um neue Kunden und Aufträge zu gewinnen. Nur eine gut und zielgerichtet vorbereitete Messe mit einer konkreten Strategie bietet Aussicht auf Erfolg und damit auf Return on Investment.

Dirk Kreuter – Messetrainer und Buchautor

Die Zusammenarbeit mit vielen Marktführern, mittelständischen und namhaften internationalen Unternehmen haben ihm den Ruf des konsequent praxisorientierten Vertriebs- und Messeexperten eingebracht. Zusammen mit vier weiteren Vertriebsexperten und Spitzenverkaufstrainern positionierte er im Jahr 2003 die „SalesMasters“ mit dem einzigartigen Konzept „5 Top-Trainer auf einer Bühne – geballtes Expertenwissen“ und wurde dadurch schnell zum Meinungsführer. Weiterhin ist er Expertenmitglied im Club 55, Europäische Vereinigung der Verkaufs- und Marketingexperten mit Sitz in Genf und im ASTD, American Society for Training and Development. Er ist Autor, Co-Autor und Mit-Herausgeber von Fachbüchern, DVDs, E-Books und Hörbüchern, die bereits in mehreren Ländern erschienen sind. Mit seinem direkten Vortragsstil, seiner überzeugenden Rhetorik und anschaulichen Beispielen und Metaphern versteht der Trainer es, selbst komplexe Strategien, Techniken und Zusammenhänge deutlich darzustellen und allgemein verständlich zu machen. Mit dieser Fähigkeit schafft er es, auf informative, unterhaltsame und einzigartige Weise, praxiserprobte Inhalte mit motivierenden Elementen zu verknüpfen.



11.15 Uhr Pausengespräche

mit Referenten, Teilnehmern und Ausstellern im Foyer

**Zukunft, Verantwortung, Kompetenz –
Intelligente Strategien für professionelles Messe-Marketing. So funktioniert Messe!**

11.45 Uhr

Zutritt zu Zukunftsmärkten ermöglichen
Schwerpunkt Internationale Messepräsenz

Schwerpunkt 3

Vorgestellt und moderiert von **Kai Brunner, Strategisches Marketing Nobel Biocare Holding AG**
Nach seinem Jura- (LUM) und Betriebswirtschaftsstudium (VWA) startete er seine Karriere als Event Manager bei Siemens und BenQ Mobile in München. Heute ist Kai Brunner als Global Manager im Strategischen Marketing im Headquarter von Nobel Biocare (Zürich) tätig. In seiner vorherigen Position war er dort als Projektleiter für alle globalen Messen verantwortlich und hat die neue Corporate Identity „Messe“ mitentwickelt und weltweit implementiert.



je 30 Min.
**Vortrag,
Fragen u.
Antworten**

Go East – Erfolgreich Ausstellen in der Boomregion Asien

Investitionen in China bzw. Asien erfordern eine intensive Beschäftigung mit der chinesischen Wirtschaft und den kulturellen Eigenheiten, die alle Bereiche der internationalen Zusammenarbeit beeinflussen. Dies wirkt sich besonders im Marketing aus, wo es eine Vielzahl von Regeln zu beachten gilt.



Peter Bittler – International Marketing Consult

Er studierte an der Fachhochschule Ludwigsburg Marketing mit Schwerpunkt China, davon ein Semester an der Universität Xiamen in Fujian, China. Unter anderem war er im Programmvertrieb Asien der Deutschen Welle tätig. Er arbeitete mehrere Jahre lang als Geschäftsführer einer Marketing Agentur in Hong Kong und war Marketingberater des nationalen Fußballverbandes der Philippinen.

Der Messeplatz – Zum richtigen Zeitpunkt am richtigen Ort

Welche internationale Messebeteiligung ist für meine Marke die Richtige? Wo trifft man seine Kunden von morgen? Wie generiert man erfolgreich Leads in neuen Märkten? Fragen, die sich viele Unternehmer derzeit immer wieder stellen. Kosten und Nutzen werden noch behutsamer abgewogen als bisher. Schließlich ist gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten der planbare Erfolg heiliger denn je.



Prof. Stefan Luppold – Leiter Studiengang Messe-, Kongress- und Eventmanagement an der FH Karlsruhe

Prof. Stefan Luppold ist seit 2006 Leiter des Studiengangs „Messe-, Kongress- und Eventmanagement“ an die Karlsruhochschule International University. Zuvor war er als Executive Director of Marketing Europe der Ungerboeck Systems Int. GmbH für die Betreuung und Beratung nationaler und internationaler Kunden aus dem gesamten Bereich der Veranstaltungswirtschaft tätig, darunter Porsche und Daimler, Manchester United, die Stockholm International Fair sowie das Cape Town International Convention Center. Er ist außerdem Mitglied im wissenschaftlichen Beirat der DeGefest und im Tutoren-Team des Welt-Messe-Verbandes UFI.

13.00 Uhr

Vorstellung der Dialog Fachreihe 1 zum Thema Effizienz durch ein Impulsreferat von Karsten Fricke
Vorstellung der Dialog Fachreihe 2 zum Thema Verantwortung durch ein Impulsreferat von Dr. Peter Zimmer

13.15 Uhr

Mittagsbuffet im Restaurant
Business-Lunch im Hotelrestaurant Schwarz & Weiz

Programmübersicht Donnerstag 02.12.2010

14.30 Uhr

Fachdialog 1

Schlummernde Potenziale wecken – Kostenoptimierung durch Marketing und Einkauf

Effizienz

ca. 90 Min.
im Dialog
mit den
Referenten



Es ist für die Auftraggeber nicht immer ratsam, aus den gegebenen Budgets das Maximum herauszuquetschen, doch gemeinsam mit seinen Partnern ein gutes Leistungs-Preis-Verhältnis zu erzielen, sichert für beide Seiten eine langfristige Zusammenarbeit und garantiert eine kontinuierliche Markenentwicklung. Alle Investitionen müssen effizient auf ein Ziel ausgerichtet sein um die emotionalen Markenerlebnisse für die Besucher und die räumliche Umsetzung ihrer Botschaften perfekt zu inszenieren. Dafür müssen Marketing, Einkauf und Controlling über den gesamten Entwicklungsprozess hinweg eng zusammenarbeiten.

Wie Ausschreibungen von Konzept- und Umsetzungsleistungen richtig zu organisieren und wie Einsparpotenziale und Kostentreiber zu identifizieren sind, wird u. a. im Dialog erarbeitet.

Karsten Fricke – Fricke inszeniert, 3D Kommunikation GmbH

Karsten Fricke - Designer und Betriebswirt - ist seit 1988 in der Produkt- und Markenpräsentation zu Hause. Nach Stationen im klassischen Einzelhandel und im internationalen Messe-Full-Service gründete er 1997 die 3D-Agentur Fricke inszeniert. Als unabhängiger Berater betreut er mit seinem Team Kunden aus Wirtschaft und den öffentlichen Bereich und hält sie konzeptionell, kreativ und finanziell auf dem richtigen Kurs.



Co-Moderation Björn Jopen – Geschäftsführer FairControl GmbH und Beirat MESSE INSTITUT

Im Jahr 2000 gründete Björn Jopen zusammen mit Kim Hellmig das Unternehmen FairControl GmbH – spezialisiert auf die Erfolgskontrolle von Live-Kommunikation. FairControl führt jährlich 80 bis 100 Studien bei Messen und Ausstellungen, Events und Roadshow, Sponsoring-Maßnahmen, Point-of-Sale und Markenwelten durch. Sie betreuen namhafte Kunden wie Adobe, BMW, o2, MAN, Microsoft, Siemens, Wacker u.v.m

**Ihr Nutzen
im Fachdialog:
Maximaler Wissens-
transfer für Ihr Messe-
Tagesgeschäft**

**Zukunft, Verantwortung, Kompetenz –
Intelligente Strategien für professionelles Messe-Marketing. So funktioniert Messe!**

zeitgleich

Fachdialog 2

CSR – Nachhaltigkeit als natürlicher Katalysator für innovatives Messemarketing

Verantwortung

ca. 90 Min.
im Dialog
mit den
Referenten



Im Rahmen der CSR-Fachreihe werden lösungsorientierte Ansätze zur nachhaltigen Optimierung Ihrer Messeprojekte interaktiv diskutiert. Das Moderatorenteam versorgt Sie mit wertvollen Tipps und Hintergründen zu Corporate Social Responsibility im Messebereich. Vielfältige pragmatische Anregungen sollen helfen, Ihren „green booth“ selbst zu realisieren. Ein lebhafter Erfahrungsaustausch unter den Fachleuten aus der Messeindustrie verstärkt den praxisnahen Bezug des Dialogs. Eines der wenigen weltweit anerkannten Umweltsiegel ist Green Globe. Zertifiziert werden Unternehmen, die sich besonders für Umweltschutz, Corporate Responsibility (CSR) und nachhaltigen Tourismus engagieren. Weltweit gibt es bereits über 1.000 mit dem Green Globe zertifizierte Unternehmen und ca. 40 Auditoren. FUTOUR Umwelt-, Tourismus- und Regionalberatung. FUTOUR stellt als Green Globe Preferred Partner Germany fünf autorisierte Green Globe Auditoren.

Dr. Peter Zimmer, Gründer und Geschäftsführer FUTOUR Umwelt-, Tourismus- und Regionalberatung

Bei dem vor über 20 Jahren gegründeten Beratungsnetzwerk FUTOUR Umwelt-, Tourismus- und Regionalberatung steht nachhaltige Tourismusedwicklung und deren Umsetzung schon immer im Mittelpunkt. Dr. Peter Zimmer verfügt über langjährige Erfahrungen bei Reiseveranstaltern wie Studiosus, als Leiter der ADAC-Touristik und Vorsitzender des DRV-Umweltausschuss. Als Green Globe Preferred Partner Germany auditiert FUTOUR Messen und Konferenzzentren sowie unterschiedliche Unternehmen wie Hotels, Kreuzfahrtschiffe und Spas im Hinblick auf ihre Nachhaltigkeit.



Co-Moderation Patrick Eisend – Leiter int. Live-Com, Océ Printing Systems GmbH und Beirat MESSE INSTITUT

In verschiedenen MarCom-Positionen global agierender Konzerne hat er Messen und Veranstaltungen geplant und erfolgreich umgesetzt. Dabei ist in den vergangenen Jahren die nachhaltige Realisierung von Messeauftritten immer stärker in den Fokus gerückt.

16.00 Uhr

Come Together

Vorschau auf die MX29 und offizielle Verabschiedung im Foyer

Zielgruppe	Termin	Veranstaltungsort
Marketingleiter, Werbeleiter, Messe- und Event-Entscheider der ausstellenden Wirtschaft, Inhaber und Geschäftsführer von mittelständischen Unternehmen mit dem Schwerpunkt Marketing und Messe	Mittwoch, 01.12. und Donnerstag, 02.12.2010	SOFITEL Munich Bayerpost direkt am HBF München Bayerstraße 12 80335 München www.sofitel.com

Hotelempfehlungen

Bitte setzen Sie sich für eine Reservierung rechtzeitig direkt mit dem Hotel in Verbindung. Zimmerkontingente haben wir unter dem Stichwort „Messe Institut“ in folgenden Hotels eingerichtet:

SOFITEL Munich Bayerpost Bayerstraße 12 80335 München Tel: (+49) 89 59948-0 € 179,00 Übernachtung ohne Frühstück www.sofitel.com	Mercure Hotel München City Center Senefelderstraße 9 80336 München Tel: (+49) 089 55132-0 € 123,00 Übernachtung mit Frühstück www.mercure.com/muenchen	Best Western Atrium Landwehrstraße 59 80336 München Tel: (+49) 089 51419-0 € 89,00 Übernachtung mit Frühstück www.atrrium-hotel.de
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Veranstalter

MESSE INSTITUT GmbH
 Am Weltersberg 24
 55452 Laubenheim
 Telefon. +49 (0) 6704 – 9614 - 0
 Fax. +49 (0) 6704 – 9614 - 11
 info@messe-institut.de



Zukunft. Verantwortung. Kompetenz. seit 1993.

Hinweis:
 Frühbucher sparen € 100
 bei einer Anmeldung
 für beide Fachtage
 bis zum 30.09.2010

Teilnahmegebühr

Teilnahmegebühr für die komplette zweitägige Veranstaltung Come Together & Business Dinner beträgt inkl. Vollverpflegung € 850,00 zzgl. gesetzlicher MwSt. Frühbucher sparen € 100 bis zum 30.09.
Teilnahmegebühr für Veranstaltungstag 1 Come Together & Business Dinner beträgt inkl. Vollverpflegung € 550 zzgl. gesetzlicher MwSt.
Teilnahmegebühr für Veranstaltungstag 2 beträgt inkl. Vollverpflegung € 450 zzgl. gesetzlicher MwSt.

Anmeldebedingungen

Bitte melden Sie sich rechtzeitig an, die Teilnehmerzahl ist aufgrund der räumlichen Gegebenheiten limitiert.

Nach Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine schriftliche Bestätigung sowie eine Rechnung.

Stornierung:
 Bei schriftlicher Stornierung bis zum 02.11.2010 wird eine Bearbeitungsgebühr von 10 %, bei späteren Stornierungen 50% der Tagungsgebühr berechnet. Bei Nichterscheinen des Teilnehmers berechnen wir die gesamte Tagungsgebühr. Selbstverständlich ist eine Vertretung des Teilnehmers möglich.

Programmänderungen aus dringendem Anlass behalten sich die Veranstalter vor.

Anmeldung

via Internet: www.messe-institut.de/mx28	via Fax Anmeldeformular an: +49 (0) 6704 – 9614 - 11
----------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------

Anmeldeformular

per Fax an: +49 (0) 6704 – 9614 - 11

Ja, ich nehme verbindlich an der MX28 teil. Bitte ankreuzen.

beide Tage | 01. und 02.12.2010

Fachdialog 1
 Fachdialog 2

nur Tag 1 | 01.12.2010

nur Tag 2 | 02.12.2010

Daten

Name/Vorname

Position/Abteilung

Firma

Straße/Postfach

PLZ/Ort

Land

Branche

Telefon

Fax

E-Mail

Datum/Unterschrift