

08. - 09. September 2010

Messegelände Nürnberg

www.expobusiness.de

Kongress mit begleitender Fachausstellung

expobusiness congress

Messen: Ereignis. Erlebnis. Erfolg.

Das Dialogforum für Messemacher und
ausstellende Unternehmen.

Kongressprogramm



Sparen Sie 100,- Euro bei der verbindlichen
Anmeldung bis zum 31.07.2010!

Der Kongress der Seminar-Allianz
wird veranstaltet von

akademie
Messe Frankfurt



Unter der
Schirmherrschaft des



Seminar-Allianz

der deutschen Messen im



Messe Berlin



messe frankfurt

**Hamburg Messe
und Congress**



und



Partner:



Grußwort des AUMA, Schirmherr des 2. expobusiness congress 2010

„Von Ausstellern für Aussteller“ – dieses Motto weist bereits darauf hin, dass die praktischen Fragen eines Messeauftritts am besten im Erfahrungsaustausch mit Experten aus der Praxis beantwortet werden können. Gerne hat der AUMA als Verband der gesamten deutschen Messewirtschaft deshalb die Schirmherrschaft übernommen.

Der expobusiness congress ist eine Veranstaltung der **Seminar-Allianz der deutschen Messen** im AUMA. Er wird von der Akademie Messe Frankfurt und dem m+a Verlag in Nürnberg organisiert.

Bei der Auftaktveranstaltung im Sommer letzten Jahres in Frankfurt am Main profitierten mehr als 150 Teilnehmer von handfesten Berichten und erfolgreichen Beispielen aus der Messepraxis und Expertendiskussionen rund um das Schwerpunktthema Besuchermarketing.

Auch in diesem Jahr stehen wieder konkrete, direkt in die Praxis umsetzbare Konzepte auf der Tagesordnung. Themen sind Erfolg auf Auslandsmessen, Förderprogramme, Kundendialog und Messe-Effizienz. Unsere Zielgruppen sind sowohl erfahrene „Messe-Hasen“ als auch „Messe-Anfänger“ aus kleinen und mittleren Betrieben, aber auch von großen Ausstellern. **Hochkarätige Referenten** haben bereits zugesagt, in den Fachforen und Workshops mit zu wirken. Die **begleitende Ausstellung** bietet hervorragende Möglichkeiten, innovative Dienstleister der Messebranche kennen zu lernen.

Ich hoffe, dass Sie diese Plattform mit ihrem kompakten Programm zahlreich nutzen und dass dieser Kongress ein Ideen- und Impulsgeber für Ihre erfolgreiche Messebeteiligung wird.

Uns allen wünsche ich einen erfolgreichen Verlauf und freue mich, Sie am **08. und 09. September 2010 in Nürnberg** auf dem expo-business congress begrüßen zu dürfen.



Dr. Peter Neven
Geschäftsführer,
AUMA_Ausstellungs-
und Messe-Ausschuss
der Deutschen Wirtschaft
e.V.

Grußwort des FAMAB, Partner des 2. expobusiness congress 2010

Der expobusiness congress ist der Treffpunkt für Messemacher. Ein Forum für Aussteller, die Kleinen wie die Großen, die „alten Hasen“ wie die Neulinge. Der Nutzen und die Nachhaltigkeit von Messen sind bei der Zielgruppe unbestritten. Im Zentrum steht das Lernen voneinander. Es geht um Optimierung der räumlichen Markenführung. Da dürfen die Experten für dreidimensionale Kommunikation nicht fehlen, die bei Messeauftritten beraten, unterstützen, Ideen geben.

Grund genug für den FAMAB, Verband Direkte Wirtschaftskommunikation, die Veranstaltung und den Erfahrungsaustausch zu unterstützen und als Partner des m+a-Verlags und der Akademie Messe Frankfurt mit Rat und Tat zur Seite zu stehen.

Wir wünschen der Veranstaltung den Erfolg, der ihr gebührt und der sich bereits bei der Auftaktveranstaltung im vergangenen Jahr abzeichnete.



Mr Axel von Hagen

Axel von Hagen
Vorsitzender, FAMAB -
Verband Direkte
Wirtschafts-
kommunikation e.V.

Hören Sie Best-Practise-Beispiele und erfahren Sie,

- wie die **DATEV eG** Twitter, Facebook, Xing & Co für die Messekommunikation einsetzt.
- welche Maßnahmen zur Bekämpfung von Plagiaten auf Messen es gibt.
- wie die **Schott AG** Kundennähe auf Messen demonstriert.
- wie die **Volkswagen AG** Qualität und Prozesse sichert.
- warum der Einsatz einer Messe Balanced Scorecard so sinnvoll ist.
- wie die **IBM Deutschland GmbH** Social Media Technology in ihren Messeauftritt integriert.
- wie Sie in den ersten Sekunden einen wirklich wertvollen Besucher kennen lernen.

Herzlich Willkommen

Sehr geehrte Damen und Herren,

ein gehöriger Anteil (ca. 40%) des Marketingbudgets deutscher ausstellender Unternehmen wird für Messen ausgegeben. In den Jahren 2010 und 2011 wird laut einer AUMA-Studie das durchschnittliche Budget 346.000 Euro je Unternehmen betragen.

Messen genießen im Marketing-Mix einen besonderen Stellenwert, weil sie Mehrwert versprechen. Sie bieten sinnliche Erlebnisse, führen zum persönlichen Dialog mit Interessenten und Kunden und machen Marken fühlbar.

Messen sind die Königsdisziplin des Marketings. Sie fordern – und sie führen zum Erfolg. Wer sie intensiv nutzt, erreicht in kurzer Zeit viel. Globale Märkte werden temporär unter einem Dach vereint, der Stand fungiert nicht nur als sichtbare Visitenkarte des ausstellenden Unternehmens, er ist auch Dreh- und Angelpunkt des Vertriebs Erfolges und Herzstück der Markenkommunikation. Wo können Sie Ihre Produkte besser ins rechte Licht setzen als auf einer Messe?

Derzeit durchläuft das Marketinginstrument einen Wandlungsprozess. Neue Medien, kürzere Produktlebenszyklen, schrumpfende Reisebudgets fordern die Messemacher in den Unternehmen heraus. Neue Medien bieten aber auch ganz andere Möglichkeiten – ob bei Einladungsaktionen, Personalvorbereitung oder Nacharbeit, nur um Beispiele zu nennen. **Messen sind Ereignis. Erlebnis. Erfolg.** - vorausgesetzt, sie werden entsprechend geplant.



B. Klocke

Béatrice Klocke
Leiterin,
Akademie Messe
Frankfurt



C. Appel

Christiane Appel
Chefredakteurin,
m+a report

Erfahren Sie auf dem expobusiness congress 2010, dem 2. Jahreskongress für Aussteller, welche Instrumente Sie benötigen, um den Aufwand zu verringern und gleichzeitig den Ertrag Ihrer Messebeteiligungen systematisch zu erhöhen! Lernen Sie Ideen und Tools zur Kostensenkung und Leistungsverbesserung von Messeauftritten kennen.

Im Vordergrund des Kongresses **von Ausstellern für Aussteller** stehen konkrete – direkt in die Praxis umsetzbare – Konzepte. Diese unterstützen Sie Prozesse zu optimieren und Messeerfolge nachhaltig zu erhöhen. In vier parallelen Fachforen und vier Workshops erleben Sie branchenübergreifende, handfeste Lösungen innovativer Unternehmen und erstklassiger Referenten.

Am ersten expobusiness congress 2009 nahmen mehr als 150 Besucher am Kongress, der begleitenden Fachausstellung und Awardverleihung des m+a reports teil. Der Branchentreff bietet auch 2010 wieder die perfekte Wissens- und Networking-Plattform in seiner einzigartigen Kombination aus Fachkongress und Fachmesse.

Nutzen Sie diese hochrelevante und erstklassige **Plattform zum Austausch!** Profitieren Sie vom attraktiven und kompakten Kongressprogramm, den hochkarätigen Referenten und den vielfältigen Kontaktmöglichkeiten.

Verbandspartner:



Abendveranstaltung

Als Teilnehmer des expobusiness congresses sind Sie exklusiv eingeladen an dem kommunikativen Abend-Event teilzunehmen. Lassen Sie sich überraschen!

Mit freundlicher
Unterstützung der



Kongressüberblick

Details und weitere Informationen erhalten Sie unter www.expobusiness.de

1. Kongresstag, Mittwoch 08. September 2010

ab 09.00 Uhr Empfang mit kleinem Imbiss, Kaffee & Tee; Eröffnung der Fachausstellung	14.15 Uhr bis 16.30 Uhr ➤ Dialogforum 1: Auslandsmessebeteiligung ➤ Dialogforum 2: Messe Efficiency 2.0: Messe und Medien
10.00 Uhr Offizielle Eröffnung und Begrüßung	➤ Workshop 1: Besucher-Marketing (teilnehmerbegrenzt) ➤ Workshop 2: Messestand-Tuning
Hochkarätiges Vortragsplenum: 10.15 Uhr Standort Messe – Messe- und Eventmarketing der neuesten Generation	16.30 Uhr Erfrischungspause und Besuch der Fachausstellung
11.00 Uhr Deutschland präsentiert auf der EXPO 2010 Shanghai schon heute die Stadt von morgen	17.15 Uhr Lebenswelten 2020 – Ein Gang über die Messe der Zukunft
11.45 Uhr NEUES und TRENDS im Messewesen	18.15 Uhr Abschließende Zusammenfassung durch den Vorsitzenden
12.30 Uhr Business-Lunch und Besuch der Fachausstellung	18.30 Uhr Ende des 1. Kongresstages und Beginn der Abendveranstaltung

2. Kongresstag, Donnerstag 09. September 2010

9.00 Uhr Eröffnung des 2. Kongresstages, Begrüßung durch den Vorsitzenden	12.45 Uhr Business-Lunch und Besuch der Fachausstellung
Hochkarätiges Vortragsplenum: 09.05 Uhr Markenführung in 3D - Überzeugend & CI-transportierend auf ganzer Fläche	14.15 Uhr bis 16.30 Uhr ➤ Dialogforum 3: Messebau / Design ➤ Dialogforum 4: (Neu-) Kundendialog auf Messen
09.45 Uhr „Der heiße Messe-Stuhl“: Messegesellschaften stehen Ausstellern Rede & Antwort	➤ Workshop 3: Story-Telling ➤ Workshop 4: Messe-Controlling
10.30 Uhr Erfrischungspause und Besuch der Fachausstellung	16.30 Uhr Erfrischungspause und Besuch der Fachausstellung
11.15 Uhr bis 12.45 Uhr ➤ Nützliche Tipps 1 ➤ Nützliche Tipps 2 ➤ Nützliche Tipps 3 ➤ Think Tank Messe zum Thema "Social Media: was bringt's wirklich?"	16.45 Uhr Plagiate auf Messen
	17.45 Uhr Abschließende Zusammenfassung durch den Vorsitzenden
	18.00 Uhr Ende des Kongresses

Die Zielgruppe

Die Veranstaltung expobusiness congress richtet sich branchenübergreifend an Mitglieder der Geschäftsleitung sowie an Leiter und verantwortliche Mitarbeiter der Bereiche Messen, Events und Ausstellungen, Marketing, Werbung/Kommunikation, Öffentlichkeitsarbeit und Vertrieb sowie an Führungskräfte der in diesen Bereichen tätigen ausstellenden Unternehmen.

Veranstalter und Partner

expobusiness congress ist als Kongress von Ausstellern für Aussteller konzipiert. Die Veranstaltung gehört zum Portfolio der Seminar-Allianz* der deutschen Messen im AUMA, der Messe Schweiz sowie Reed Exhibitions Messe Wien und wird von der Akademie Messe Frankfurt und dem m+a Verlag für Messen, Ausstellungen und Kongresse GmbH veranstaltet. Schirmherr des expobusiness congress ist der AUMA. Weiterer Partner ist der FAMAB, Verband Direkte Wirtschaftskommunikation.

* Die Seminar-Allianz wurde 2008 als Bündnis deutschsprachiger Messegesellschaften gegründet, um ihren Ausstellern ein umfassendes Weiterbildungsangebot zu bieten. Sie ist das Netzwerk von inzwischen 13 Messegesellschaften (Messe Berlin, Messe Düsseldorf, Messe Essen, Messe Frankfurt, Hamburg Messe und Congress, Koelnmesse, Leipziger Messe, Messe Karlsruhe, Messe München, NürnbergMesse, Messe Stuttgart, MCH Messe Schweiz und Reed Exhibitions Messe Wien). Partner sind der AUMA als Verband der Messewirtschaft, der FAMAB als Verband für Direkte Wirtschaftskommunikation und der m+a report als Medienpartner. Mit der Konzeption und Durchführungsorganisation der Seminare ist die Akademie Messe Frankfurt beauftragt.

1. Kongresstag, Mittwoch, 08. September 2010

Plenum

Weitere Informationen zu den Referenten erhalten Sie unter www.expobusiness.de



Rudolf Sommer
Managing Director
Konzern
Veranstaltungen,
Messen und
Promotions,
EnBW AG

Vorsitz:
Rudolf Sommer

**ab
9.00 Uhr**

Empfang mit kleinem Imbiss, Kaffee & Tee
Registrierung der Teilnehmer und Eröffnung der Fachaussstellung

10.00 Uhr

Offizielle Eröffnung

- Begrüßung der Teilnehmer durch den Schirmherrn AUMA
- Begrüßung durch die Akademie Messe Frankfurt, den m+a Verlag und den Vorsitzenden

10.15 Uhr



Jutta Jakobi
Marketing &
Communications,
Managerin Demand
Programs,
IBM Deutschland
GmbH

Standort Messe – Messe- und Eventmarketing der neuesten Generation

- Audience Gen – Wie man einen Stand füllt
- Der Messestand als Kommunikationsraum
- Erfolgsmessung: Am Ende des Tages zählt das Geschäft
- Integration des Messeauftritts mit Social Media Technology

11.00 Uhr



Dirk van der Coelen
Geschäftsführer,
Koelnmesse
International GmbH

Deutschland präsentiert auf der EXPO 2010 in Shanghai schon heute die Stadt von morgen

- Atomium war gestern – die EXPO 2010 ist Kommunikation pur
- Neue Dimensionen – die größte Weltausstellung aller Zeiten
- Profis vor Ort – die KoelnMesse organisiert den Deutschen Pavillion
- Better City, better Life in „balancity“
- Die Form entspricht dem Inhalt: Architektur im Gleichgewicht

**Neues von
der Expo
2010
Shanghai**



Dietmar Schmitz
Ministerialrat /
Generalkommissar des
Deutschen Pavillons auf
der EXPO 2010 Shanghai,
Bundesministerium für
Wirtschaft und
Technologie

11.45 Uhr

**Diskussions-
runde**

NEUES und TRENDS im Messewesen

- Leitmessen contra Fachmessen
- Verschiebung von Messebudgets im Marketing-Mix
- Was planen deutsche Aussteller?
- Der Messeplatz Deutschland im globalen Wettbewerb



Christiane Appel
Chefredakteurin,
m+a report



Dr. Peter Neven
Geschäftsführer,
AUMA_Ausstellungs-
und Messe-Ausschuss
der Deutschen
Wirtschaft e.V.



Axel von Hagen
Vorsitzender,
FAMAB -
Verband Direkte
Wirtschafts-
kommunikation e.V.



Andrea Weigert
Head of Corporate
Communications,
Sharp Electronics
(Europe) GmbH

12.30 Uhr

Business-Lunch und Besuch der Fachaussstellung

14.15 Uhr - 16.30 Uhr ➔ ➔ ➔ ➔

Parallel: Dialogforum 1 und 2 sowie Workshop 1 und 2

1. Kongresstag, Mittwoch, 08. September 2010

Sie haben die Wahl zwischen zwei Dialogforen à drei Vorträgen sowie zwei Workshops

➔ Dialogforum 1

Auslandsmessebeteiligungen



Moderator:
Marco Spinger
Geschäftsbereichsleiter
Globale Märkte,
AUMA_Ausstellungs-
und Messe-Ausschuss
der Deutschen
Wirtschaft e.V.

➔ Dialogforum 2

Messe Efficiency 2.0: Messe und Medien



Moderatorin:
Dr. Christiane Springer
Ehemals Geschäfts-
führerin,
Leipzig School of Media
GmbH

➔ Workshop 1

Besucher-Marketing

» teilnehmerbegrenzt!



Moderatorin:
Anna Esche
Berater, Trainer &
Coach,
Akademie Messe
Frankfurt

➔ Workshop 2

Messestand-Tuning

» teilnehmerbegrenzt!



Moderatoren:
Jörg Christian Meßwarb
Berater, Trainer & Coach,
Akademie Messe
Frankfurt



Prof. Ralph E. Hartleben
Professor für
Internationales Marketing
und Unternehmens-
führung, Hochschule
Amberg-Weiden

14.15 Uhr



Dr. Alexander Koldau
Referent Messen und
Symposien,
Verband Deutscher
Maschinen und An-
lagenbau (VDMA) e.V.

Auslandsmesseprogramm des Wirtschaftsminis- teriums – Nicht nur finanzi- elle Vorteile zählen

- Das Auslandsmesseprogramm
- Deutsche Produkte mit deutscher Qualität präsentieren
- Repräsentativer Auftritt auch für Markteinsteiger
- Magnetwirkung etablierter Unternehmen
- Diplomatische Beteiligung

14.15 Uhr



Ralf Claußen
Director
Communication /
Advertising,
Eppendorf AG

Messe meets Presse

- Markenimage vor, während und nach der Messeveranstaltung stärken
- Join Venture Communication
- Fachmedien erfolgreich miteinbeziehen und Win-win-Situationen generieren

14.15 - 16.30 Uhr



Anna Esche
Berater, Trainer &
Coach,
Akademie Messe
Frankfurt

Besuchermarketing – mehr Besucher pro Quadratmeter

- Konzepte und Werkzeuge für die optimale Messekommunikation
- Erfolgreich im Team – die optimale Messekommunikation
- Neue Wege in der Besucherwerbung: kreativ, effizient und nachhaltig

14.15 - 16.30 Uhr



Dirk Bolz
Director Marketing
Communications,
EATON Electrical
Sector

Messestand Tuning – So steuern und verbessern Sie Ihren Messeauftritt effzi- ent!

- Die Permess-Studie – Konzept, Resultate, Konsequenzen, um Defizite zu erkennen und zu beseitigen
- Renaissance der Marke als Kernbotschaft für Besucher und Handlungsfelder für wirkungsvollere Markeninszenierungen
- Schwachstelle Standteam als Botschafter der Marke
- Markeninszenierung in schwierigen Fällen
- Messeauftritt und Investition: Quo Vadis?
- Emotionen – die vernachlässigte Seite von Messe- und Markeninszenierungen

15.00 Uhr



Franz-Josef Bütfering
Geschäftsführer,
Bütfering
Schleiftechnik GmbH

Aussteller und Veranstalter – ein seltsames Paar oder Duo der Zukunft?

15.00 Uhr



Dr. Christiane Springer
Ehemals Geschäfts-
führerin,
Leipzig School of
Media GmbH

Mediennutzung vs. Medienwirkung auf Messen: Möglichkeiten der multisensualen Kommunikation



Ania-Virginia Kleinbichler
Leiterin
Besuchermarketing,
Messe Frankfurt
GmbH

Best Practise: Insider – Das Vorteilsprogramm der Messe Frankfurt – Ausgezeichnet vom Weltmesseverband UFI

1. Kongresstag, Mittwoch, 08. September 2010

➔ Dialogforum 1

Fortsetzung: Aussteller und...

- Entdeckung des indischen Marktes
- Etablierung des Zukunftsmodells Indiawood
- Zusammenarbeit Veranstalter & Aussteller aktuell
- Prognosen für die Zukunft

➔ Dialogforum 2

Fortsetzung: Mediennutzen...

- Aktuelle Studienergebnisse
- Effektivität von Einzelmedien
- Medienkonvergente Service-Angebote
- Touch Points zum Messebesucher
- Ansprache aller Sinne

➔ Workshop 1

Fortsetzung: Best Practise...

- Kundenbeziehungsmanagement im Messeumfeld
- Crossmediale & zielgruppenspezifische Ansprache von Neu- und Bestandskunden als Schlüssel zur Steigerung der Besucherfrequenz

➔ Workshop 2

Fortsetzung: Messestandtuning...

15.45 Uhr



Karoline Weber
Zoll- und Außenwirtschaftsberatung e.K.

Zollwissen für Messen

- Zeitlich begrenzter Warenverkehr: Ihr komplettes Zollwissen ist gefragt
- Carnet A.T.A. – der IHK-Reisepass für Waren – ein Heft dessen Aufwand man nicht unterschätzen sollte
- Ohne Carnet A.T.A. durch den Zoll – Alternative Möglichkeiten

15.45 Uhr



Claus Fescl
Leiter Zentrales Marketing, DATEV eG,
Leiter des BITKOM-Arbeitskreises AK Social Media

CeBIT Blog und Messe-Gezwitscher – Veranstaltungskommunikation 2.0 bei DATEV

- Medienmix im Jahr 2010 – Die Mischung macht's
- DATEV im Web 2.0 – Strategien und Aktivitäten
- Use case: Der CeBIT Blog und DATEV
- Twitter, Facebook, Xing & Co

Ihr Nutzen

Sie erfahren,

- wie Sie Besucher mit innovativen Einladungskarten an den Stand holen.
- mit welchen Kommunikationsmaßnahmen Sie Ihre Besucherfrequenz erhöhen.
- wie Sie Ihre Marketingaktivitäten effektiv und kostengünstig gestalten.

Ihr Nutzen

Sie erfahren, an welchen Schrauben Sie erfolgreich drehen können, um Ihren Auftritt zielgerichtet zu gestalten

16.30 Uhr

Erfrischungspause und Besuch der Fachaussstellung

17.15 Uhr



Sven Gábor Jánoszy
Geschäftsführer,
Trendforscher und
Leiter,
2b AHEAD ThinkTank
GmbH

Der Shooting-Star unter den deutschen Trendforschern!

Lebenswelten 2020 – Ein Gang über die Messe der Zukunft

- Zukunftsvisionen – Ein Rundgang über eine Messe im Jahre 2020
- „Augmented Reality“ – Assistenzsysteme, automatisierte Targeting-Methoden und virtuelle Tools als Ergänzung der realen Welt
- Prägende Trends für Lebens- und Arbeitswelten des Jahres 2020
- Strategieempfehlungen für Aussteller auf der Messe der Zukunft
- „Kundendialogstudie 2020“ – Ergebnisse der Zukunftsstudie des 2b AHEAD ThinkTanks

18.15 Uhr

Zusammenfassung des 1. Kongresstages durch den Vorsitzenden

18.30 Uhr

Ende des 1. Kongresstages und Beginn der Abendveranstaltung

2. Kongresstag, Donnerstag, 09. September 2010

Plenum

Weitere Informationen zu den Referenten erhalten Sie unter www.expobusiness.de



Rudolf Sommer
Managing Director
Konzern
Veranstaltungen,
Messen und
Promotions,
EnBW AG

Vorsitz:
Rudolf Sommer

9.00 Uhr

Eröffnung des 2. Kongresstages, Begrüßung durch den Vorsitzenden

9.05 Uhr



Prof. Jan R. Krause
Professor für
Architektur Media
Management AMM /
Hochschule Bochum,
Leiter Marketing
und Unternehmens-
kommunikation,
Eternit AG Berlin

Markenführung in 3D - Überzeugend & CI-transportierend auf ganzer Fläche

- Corporate Architecture ist Markenkommunikation in 3D
- Architektur ist eine Investition in nachhaltigen unternehmerischen Erfolg
- Der Messestand ist Headquarter auf Zeit
- Für die Architektur gilt das Gleiche wie für die Produkte: Qualität verpflichtet!

09.45 Uhr

**Diskussions-
runde**

„Der heiße Messe-Stuhl“:
Messegesellschaften stehen Ausstellern Rede und Antwort



Claus Rättich
Mitglied der
Geschäftsleitung,
NürnbergMesse
GmbH



Dr. Andreas Winkler
Geschäftsführer,
Messe Frankfurt
Medien und Service
GmbH



Nils Passoter
Leitung internationales
Messemanagement,
Weidmüller Interface
GmbH & Co. KG



Robert Sarga
Leiter Servicecenter
Medien und
Kommunikation,
BASF SE

10.30 Uhr

Erfrischungspause und Besuch der Fachausstellung

11.15 Uhr - 12.45 Uhr ➤ ➤ ➤ ➤

Parallel: Nützliche Tipps für Aussteller sowie der Think Tank Messe

Begleitende Fachausstellung:

Auch 2010 setzen Dienstleister aus der Messewirtschaft kongressbegleitend ihre Produkte und Services in Szene, liefern Anregungen und geben neue Impulse.

Unternehmen die bereits zugesagt haben:

mac die messeexperten®
www.fair-network.eu

imb:
troschke

expo
BUSINESS SERVICE

fairconcept

fair network
www.fair-network.eu

DER Corporate Services

MEMO TEAM **MEMO STEEL**

fairconstruction

icom
ALLES FÜR DEN AUGENBLICK

Services
Meißen
GmbH

IRKU:

zoommarketing

Interesse an einer Ausstellungsfläche?

Dann melden Sie sich schnell bei uns:



Volker Schledt
E-Mail: volker.schledt@dfv.de
Tel: + 49 69 75 95 1883



Petra Lutz
E-Mail: petra.lutz@messefrankfurt.com
Tel: + 49 69 75 75 5027

2. Kongresstag, Donnerstag, 09. September 2010

Sie haben die Wahl zwischen drei Foren mit nützlichen Tipps und dem Think Tank Messe

<p>➤ Nützliche Tipps 1</p> <p>zum Thema Messebeteiligung „Vor der Messe“</p> <p>Mit freundlicher Unterstützung des</p> 	<p>➤ Nützliche Tipps 2</p> <p>zum Thema Messen und Ausstellungen „Vor der Messe“</p> <p>Mit freundlicher Unterstützung des</p> 	<p>➤ Nützliche Tipps 3</p> <p>zum Thema „Während der Messe“</p> <p>Mit freundlicher Unterstützung der</p> 	<p>➤ Think Tank Messe</p> <p>zum Thema „Social Media: was bringt's wirklich?“</p> <p>» teilnehmerbegrenzt!</p> <p>Mit freundlicher Unterstützung des</p>  <p>Die Think Tank Messe ist eine Initiative der IRKU: GmbH & Co.KG sowie des m+a Verlags.</p>
--	---	---	---

<p>11.15 Uhr</p>  <p>Dr. Jons Messedat Gründer und Inhaber, Institut für Corporate Architecture</p> <p>Gebaute Identität - Wie wird die räumliche Präsentation deckungsgleich mit der Unternehmensvision?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Leitbilder definieren: klare Bilder für unscharfe Vorstellungen schaffen • Netzwerke managen: komplexe Systeme in architektonische Strukturen bringen • Materialien richtig einsetzen: räumliche Identität vor Ort spürbar machen • Corporate Architecture umsetzen: ganzheitliche Konzepte von S bis XXL 	<p>11.15 Uhr</p>  <p>Harald Kötter Geschäftsbereichsleiter Öffentlichkeitsarbeit/ Markttransparenz, AUMA_Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e. V.</p> <p>Der erste Schritt zum Messe-Erfolg: Wie finde ich die richtige Messe?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Der Ausgangspunkt: Ziele definieren und quantifizieren • Die Beschaffungsphase: Daten zur Besucherstruktur der Branchenmessen sammeln • Der Vergleich: Welche Messen passen zu meinen Zielen? • Die Qual der Wahl: Je exakter die Messeziele, desto leichter die Messeauswahl 	<p>11.15 Uhr</p>  <p>Prof. Dr. Zielke Lehrstuhl für Kommunikation, Hochschule Gießen-Friedberg</p> <p>Wie erkenne ich in den ersten Sekunden einen wirklich wertvollen Besucher?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nach welchen Kategorien Sie wertvolle Besucher einordnen können • Wie Sie die unterschiedlichen Kundentypen schnell erkennen • Wie Sie Interesse, Kaufbereitschaft und Kompetenz testen • Worauf Sie bei schwierigen Besuchern achten sollten • Welche hypnotischen Sprachmuster besonders wirken 	<p>11.15 Uhr - 12.45 Uhr</p>  <p>Prof. Ralph E. Hartleben Professor für Internationales Marketing und Unternehmensführung, Hochschule Amberg-Weiden</p> <p>Social Media: Virtuelles Wolkenkuckucksheim oder ernsthafter Business-Treiber?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Was ist Social Media? • Mechanismen und Spielregeln • Profilieren und profitieren: Erwartungen und Erfahrungen • Spielfeld für IT, Marketing, Messen, Events - wer macht's? • Was kostet Social Media, wer braucht es? Geld, Ressourcen, Timing
--	---	--	---

Fortsetzung auf der nächsten Seite

Die Medienpartner des expobusiness congress 2010:



2. Kongresstag, Donnerstag, 09. September 2010

11.45 Uhr



Elfie Adler
Geschäftsführerin,
FAMAB - Verband
Direkte Wirtschafts-
kommunikation e.V.

Tipps von der Aufgaben- formulierung bis zur Erfolgskontrolle

- Was ist beim Briefing der zu beauftragenden Unternehmen zu beachten?

11.45 Uhr



Dr. Peter Neven
Geschäftsführer,
AUMA_Ausstellungs-
und Messe-Ausschuss
der Deutschen
Wirtschaft e.V.

„AUMA_ MesseNutzenCheck“

- So lohnen sich Ihre Messe-Beteiligungen“

11.45 Uhr



Spomenka Kolar
Berater, Trainer &
Coach,
Akademie Messe
Frankfurt

M³ - Menschen, Messen, Marken – Tipps und Tricks für Standleiter

- Wie befähigt man eigene Mitarbeiter eine Marke zu leben?
- Durch Motivation zum Dreamteam auf den globalen Märkten aufsteigen
- Wie ist es möglich auf Messen aktuelle Wordings durchzusetzen?

12.15 Uhr



Wolfgang Schaller
Rechtanwalt /
Fachanwalt für
gewerblichen
Rechtsschutz,
BSM Anwaltskanzlei

Rahmenverträge im Messe- wesen richtig gestalten

- Vorteile vertraglicher Rechtsgestaltung
- Grundlagen und Methoden der Vertragsgestaltung
- Allgemeine Gestaltungselemente
- Besondere Regelungen für Auslandsbezug

12.15 Uhr



Petra Baumann
Leitung Corporate
Marketing,
Phoenix Contact GmbH
& Co. KG

Effizienz durch eine konsequente Marken- führung auf Messen

- Erlebbar Marke
- International durchgängige Darstellung der Marke
- Finanzielle Aspekte des Corporate Design
- Effiziente, Web-basierte Prozesse
- Best Practice international

12.15 Uhr



Fred Geiger
Trainer der
Akademie
Messe Frankfurt

Guerillamarketing - über- schätzte Modeerscheinung oder langfristiger Megatrend?

- Die Grenzen der Werbung- warum wir neue Wege beschreiten müssen
- Was ist neu am Guerilla-Marketing?
- Die Strategien des Marketingguerillero
- Guerilla-Maßnahmen auf Messen clever konzipieren, erfolgreich gestalten und einsetzen

12.45 Uhr

Business-Lunch und Besuch der Fachaussstellung

14.15 Uhr - 16.30 Uhr → → → →

Parallel: Dialogforum 3 und 4 sowie Workshop 3 und 4

2. Kongresstag, Donnerstag, 09. September 2010

Sie haben die Wahl zwischen zwei Dialogforen à drei Vorträgen und zwei Workshops

➔ Dialogforum 3

Messebau / Design



Moderatorin:
Elfie Adler
Geschäftsführerin,
FAMAB - Verband
Direkte Wirtschafts-
kommunikation e.V.

➔ Dialogforum 4

(Neu-) Kundendialog auf
Messen



Moderatorin:
Anna Esche
Berater, Trainer &
Coach,
Akademie Messe
Frankfurt

➔ Workshop 3

Mehr Erfolg am Messe-
stand durch Storytelling

» teilnehmerbegrenzt!



Moderator:
Prof. Dr. Zielke
Lehrstuhl für Kommu-
nikation,
Hochschule
Gießen-Friedberg

➔ Workshop 4

Messecontrolling mit der
BSC - Durch Transparenz
zu mehr Effizienz

» teilnehmerbegrenzt!



Moderatoren:
**Jörg Christian
Meßwarb**
Berater, Trainer & Coach,
Akademie Messe
Frankfurt



Prof. Ralph E. Hartleben
Professor für
Internationales Marketing
und Unternehmens-
führung, Hochschule
Amberg-Weiden

14.15 Uhr



Jürgen Massing
Leitung Messe- und
Eventmanagement,
Messebau,
Hager Vertriebs-
gesellschaft mbH & Co. KG

**Das Messedesign -
Reflektion des
Unternehmens-Design**

- Stand-Design als Kommunikationsmittel
- Auswirkungen auf das Messedesign- Konzept
- Messedesign als Botschafter der Unternehmenskultur

14.15 Uhr



Günter Ettinger
Director Marketing,
Brose Fahrzeugteile
GmbH & Co. KG

**Mit innovativem Konzept
durch das Krisenjahr**

- Zielerreichung trotz Budgetkürzung
- Mut zu neuen Ansätzen
- Absatzrückgang vs. Produktoffensive
- Bündelung der Marketingtools
- Steigerung der Fachbesucherzahlen gegen den Gesamttrend

14.15 - 16.30 Uhr



Prof. Dr. Zielke
Lehrstuhl für Kommu-
nikation,
Hochschule
Gießen-Friedberg

**Mehr Erfolg am Messe-
stand durch Storytelling**

- Wie Sie sich durch Storytelling Marktvorteile gegenüber Ihren Mitbewerbern verschaffen
- Nach welcher Struktur werden Stories aufgebaut?
- Wie Sie mit Stories ihre Produkte und Leistungen überzeugend präsentieren und Einwände entkräften?
- Lernen Sie wichtige Techniken und Methoden von Story-Telling kennen.
- Trainieren Sie, wie Sie Geschichten verfassen, um Ihre Kernbotschaften nachhaltig beim Kunden zu verankern!

14.15 - 16.30 Uhr



Moderatoren:
**Jörg Christian
Meßwarb**
Berater, Trainer & Coach,
Akademie Messe
Frankfurt

**Messe-Controlling und
Balanced Scorecards (BSC)
im Messeinsatz – Durch
systematische Zielsetzung,
Konsequenz und Transpa-
renz zu mehr Qualität,
Wirkung und Effizienz**

- Warum Messeleute weit über Messen hinaus denken müssen
- Eckpunkte des Messecontrollings
- Die Stellschrauben für sinnvolle Messeinvestitionen
- Anfang und Ende erfolgreicher Messeauftritte: Messeziel und Zielvereinbarungen
- Warum BSC? Ist das nicht schwierig und kostet Zeit?

15.00 Uhr



André Flinterhoff
Teamleiter Messen und
Events,
Schüco International KG

**Raum und Objekt – Be-
wusstes Gestalten als Basis
guter Markenarchitektur**

15.00 Uhr



Jürgen Erdt
Director Marketing &
Sales Central Europe,
Panalpina Welttransport
GmbH

**Erfolgreiche Stakeholder
Kommunikation auf Messen**

2. Kongresstag, Donnerstag, 09. September 2010

Fortsetzung: Raum und Objekt...

- Design und Gestaltung als Basis guter Markenarchitektur
- Unternehmensidentität als Grundlage für Gestaltungsprozesse
- Gestaltung als fortlaufende Entwicklung und nicht als Momentaufnahme
- Wie aus Design Markenarchitektur wird
- Design – Nur etwas für große Messebudgets?

Fortsetzung: Erfolgreiche Stakeholder...

- Von der Situationsanalyse zur Kommunikationsstrategie
- Relevante Botschaften wirkungsvoll verpacken
- Funktionierendes Besuchermarketing in allen Messephasen
- Messe-Magics – die Magie der Kundenorientierung
- Das Messekommunikationskonzept evaluieren und weiterentwickeln

Fortsetzung: Mehr Erfolg...

Ihr Nutzen

- Sie erfahren,
- wie Sie Ihren Besucher am Stand faszinieren statt mit weiteren Reizen zu überfluten,
 - warum Messen das persönlichste Kommunikationsinstrument sind,
 - wie Sie das Standard-Repertoire Ihres Messe-Dialogs ändern.

Fortsetzung: Messe-Controlling...

- Quick-Learns, um schnell mit BSC zu arbeiten
- Praxiserfahrung mit der BSC

Ihr Nutzen

- Sie lernen,
- die kritischen Kostentreiber zu erkennen und zu beherrschen,
 - klare Ziele als ersten Schritt für die Effizienzkontrolle zu definieren,
 - aus ermittelten Kennzahlen Ihre Messeauftritte vergleichbar zur gesamten Messe-Investition zu machen.

15.45 Uhr



Tillmann Stauske
Leiter Messen und Kongresse,
Volkswagen AG

Volkswagen Messestrategie: Effizienz vs. Internationalisierung

- Komplexität managen
- Expansion begleiten
- Markenauftritt internationalisieren
- Qualität und Prozesse sichern

15.45 Uhr



Michael Schmitt
Manager Trade Shows
and Events,
SCHOTT AG

Kundennähe auf Messen demonstrieren

- Durchdachtes Leadmanagement als Messeerfolgsgarant
- Wichtigen Kunden einen Mehrwert verschaffen
- International aufgestellt heißt international präsentieren
- Besondere Zielgruppen erfordern besondere Auftritte

16.30 Uhr

Erfrischungspause und Besuch der Fachausstellung

16.45 Uhr



Christine Lacroix
Geschäftsführerin,
Plagiarius Consultancy
GmbH

Plagiate auf Messen – gute Vorbereitung und schnelles Handeln sind das A und O!

- Ausmaß und Schäden und Gefahren von Produkt- und Markenpiraterie
- Massenphänomen Plagiat – ein globales Problem mit vielen Profiteuren
- Die Methoden der Fälscher – skrupellos und immer professioneller
- Strategien und Maßnahmen zur Bekämpfung von Plagiaten auf Messen
- Aktuelle branchenübergreifende Beispiele/Fälle aus der Praxis

17.45 Uhr

Abschließende Zusammenfassung durch den Vorsitzenden

18.00 Uhr

Ende des Kongresses

08. - 09. September 2010

Messegelände Nürnberg, CongressCenter, CCN Ost, Ebene 3

Neu: Kostenfreier Besuch der
Fachausstellung am 09. September
nach vorheriger Registrierung auf
www.expobusiness.de

Anmeldebedingungen

Gemäß dem Motto „Von Ausstellern für Aussteller“ richtet sich expobusiness 2010 ausschließlich an entscheidungsbefugte Messe- und Veranstaltungsplaner der ausstellenden Wirtschaft. Vertreter von Dienstleistungsunternehmen aus der Messe- und Event-Branche können sich im Rahmen der begleitenden Fachausstellung als Aussteller am Kongress beteiligen.

Die Teilnahmegebühr für den zweitägigen Kongress expobusiness 2010 beträgt inklusive Imbiss, Mittagessen, kalten und warmen Getränken und Get-Together (Abendevent am 1. Kongresstag) 990,- Euro. zzgl. gesetzl.

MwSt. Für jede weitere Person aus demselben Unternehmen beträgt der Teilnehmerpreis 550,- Euro. **Sparen Sie 100,- Euro pro Teilnehmer bei der verbindlichen Anmeldung bis zum 31.07.2010.** Im Teilnehmerpreis nicht enthalten sind die Kosten für die Unterkunft.

Nach Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Bestätigung sowie eine Rechnung. Kongresseinlass kann nur gewährt werden, wenn der Rechnungsbetrag rechtzeitig vor Kongressbeginn beglichen wird. Bei einer schriftlichen Stornierung der Anmeldung bis zum 27. August 2010 erheben wir eine Bearbeitungsgebühr von 80,- Euro pro

Teilnehmer, maßgeblich ist der Eingang der Mitteilung beim Veranstalter. Danach, bzw. bei Nichterscheinen des Teilnehmers, berechnen wir die gesamte Kongressgebühr. Selbstverständlich ist eine Vertretung des Teilnehmers möglich. Alle Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

Programmänderungen aus dringendem Anlass behalten sich die Veranstalter vor. Sollte aus wichtigen, von den Veranstaltern nicht zu vertretenden Gründen die Veranstaltung abgesagt werden müssen, so werden eventuell beim Teilnehmer anfallende Stornokosten für Anreise und Unterkunft nicht erstattet.

Termine und Veranstaltungsort

8. und 9. September 2010 in Nürnberg
CCN Ost – Ebene 3 CongressCenter Nürnberg
Messezentrum
90471 Nürnberg

Die Veranstalter

- ✎ Akademie Messe Frankfurt · Messe Frankfurt Medien und Service GmbH
Ludwig-Erhard-Anlage 1 · 60327 Frankfurt am Main
- ✎ m+a Verlag für Messen, Ausstellungen und Kongresse GmbH
Mainzer Landstr. 251 · 60326 Frankfurt am Main

akademie
Messe Frankfurt



Ihre Service-Hotline

Information und Anmeldung:
Nadine Golgath · Tel.: 069 7575-5165 · Fax: 069 7575-5727
E-Mail: nadine.golgath@messefrankfurt.com
und unter www.expobusiness.de

Zimmerreservierung

Für die Kongressteilnehmer und Aussteller stehen begrenzte Zimmerkontingente zur Verfügung. Bitte nehmen Sie Ihre Reservierung rechtzeitig selbst direkt im Hotel unter dem Stichwort expobusiness 2010 vor:

Arvena Park

Das Hotel am Franken-Center GmbH
Görlitzer Str. 51, 90473 Nürnberg, Tel.: 0911 8922-0, Fax: 0911 8922-115
Web: www.arvena.de/text/arvena-park.html



Sonderpreis: Einzelzimmer ab 105,- €
pro Nacht inklusive Frühstück

Arvena Messe

Hotel an der NürnbergMesse GmbH & Co. KG
Bertold-Brecht-Str. 2, 90471 Nürnberg, Tel.: 0911 8123-0, Fax: 0911 8123-115
Web: www.arvena.de/text/arvena-messe.html



Sonderpreis: Einzelzimmer ab 99,- €
pro Nacht inklusive Frühstück

Holiday Inn Nürnberg City Centre

Engelhardsgasse 12, 90402 Nürnberg
Tel.: 0911 24250-0, Fax: 0911 24250-777
Web: www.hi-nuernberg.de



Sonderpreis: Einzelzimmer ab 130,- €
pro Nacht inklusive Frühstück

Günstige Anreise mit dem expobusiness-Ticket



Entfernung zum Veranstaltungsort ohne Zugbindung	2. Klasse		1. Klasse	
	Preis	Preis	Preis	Preis
bis 350 km	79,- Euro	139,- Euro	139,- Euro	219,- Euro
über 350 km	139,- Euro	139,- Euro	219,- Euro	219,- Euro

Von jedem beliebigen DB-Bahnhof aus erhalten Sie Sonderkonditionen für die Anreise – auch mit dem ICE.

Mehr Informationen unter:
www.expobusiness.de

* Vorausbuchungsfrist mindestens 3 Tage. Mit Zugbindung und Verkauf, so lange der Vorrat reicht. Gegen einen Aufpreis von 20 € erhalten Sie auch ein vollflexibles Ticket mit freier Zugwahl und ohne Kontingentierung. Diese gelten nur Montag bis Donnerstag (nicht an Feiertagen).

Anmeldeformular

An dem zweitägigen expobusiness congress 2010 am 08. und 09. September 2010 nehme(n) ich/wir teil.

Fax-Antwort an 069 7575-5727

Name/Vorname	<input type="text"/>	Position/Abteilung	<input type="text"/>
Name/Vorname	<input type="text"/>	Position/Abteilung	<input type="text"/>
Firma	<input type="text"/>	Straße/Postfach	<input type="text"/>
PLZ/Ort	<input type="text"/>	Land	<input type="text"/>
Branche	<input type="text"/>	Telefon	<input type="text"/>
Fax	<input type="text"/>	E-Mail	<input type="text"/>
Datum/Unterschrift	<input type="text"/>		

Pflegen und erweitern Sie Ihr Netzwerk mit Fachkollegen

- Ja**, ich bin damit einverstanden, dass meine Daten in der Teilnehmerliste veröffentlicht werden.
- Nein**, ich bin nicht damit einverstanden, dass meine Daten in der Teilnehmerliste veröffentlicht werden.
- Mit Nennung meiner E-Mail-Adresse und Faxnummer erkläre ich mich einverstanden, über diese Medien Informationen und Newsletter der Akademie Messe Frankfurt sowie des m+a Verlags zu erhalten. Hinweis nach § 28 VI BDSG: Sie können der Verwendung Ihrer Daten widersprechen, wenn Sie in Zukunft keine Informationen mehr erhalten wollen.