



Die Messe: Marktplatz der Begegnungen und Nährboden für Unternehmenserfolg. Die Anleitung dazu vermittelt die SVSM-Academy vom 24. Februar.

Bilder: SVSM

Durch die Messe zum Erfolg

Der Schweizer Messekalender hat grosse Ähnlichkeit mit einem Telefonbuch: Von A bis Z reihen sich Fach- und Publikumsmessen aneinander zu allen erdenklichen Themen unseres Lebens. Und es hat noch Platz für neue Messen, wie die letztes Jahr in Zürich erfolgreich gestartete Immobilienfachmesse realSite zeigt. Doch erst wenn man sich als Aussteller professionell vorbereitet, stehen Kosten und Nutzen in einem akzeptablen Verhältnis. Die SVSM bietet deshalb eine Academy für «Erfolgreiche Messebeteiligung» an.

Von Bea Linder

Seit der ersten realSite-Messe im vergangenen Juni in Zürich ist klar, dass Akteure und Akteurinnen des Standortmanagements ihren Platz an einer Immobilienfachmesse einnehmen müssen. Die SVSM bietet deshalb am 24. Februar in Zusammenarbeit mit dem Schweizerischen Verband der Immobilienwirtschaft, SVIT Zürich, eine Spezial-Academy an, die Standortförderer, Immobilienentwickler und weitere Spezialisten auf eine Messebeteiligung vorbereitet (siehe auch Infobox rechte Seite).

Für öffentliche Betriebe und Verwaltungen liefert die Weiterbildung rechtzeitig zur Suisse Public im Juni wertvolle Inputs. Durch das Seminar führen wird Bruno Lurati. Der ehemalige Chef des Automobilsalons Genf und des Geneva Palexpo kennt nationale und internationale Messplätze aus den vier klassischen Rollen des Besuchers, des Ausstellers, des Organizers und verantwortlicher Direktor. Unter «BLu-consult» bietet der ehemalige Präsident und Geschäftsführer der Vereinigung Messen Schweiz (VMS) seit 2005 Seminare für die erfolgreiche Messebeteiligung an.



Bruno Lurati ist ehemaliger Direktor des Automobilsalons Genf und des Geneva Palexpo.

Welches sind die fragwürdigsten Begründungen, die Sie im Zusammenhang mit Messebeteiligungen gehört haben?

Bruno Lurati: Neue Kunden zu gewinnen ist das häufigste «in der Not» genannte Ziel. Dagegen ist nichts einzuwenden – doch das alleine genügt nicht, um maximalen Nutzen aus einer Messebeteiligung zu ziehen. Mit einer professionellen Messebeteiligung können eine Vielzahl von Zielen gleichzeitig erreicht werden. Leider nur zu oft erlebe ich in Gesprächen

mit Ausstellern, dass man die gesteckten Ziele gar nicht kennt und damit eigentlich nicht weiss, was an der Messe erreicht werden soll.

Messen sind teuer und man steht als Aussteller sowieso den ganzen Tag nur herum.

In der Tat: Messen sind zu kostenintensiv (nicht teuer), um sie nur suboptimal zu nutzen. Wenn Sie keine Besucher an Ihrem Messestand haben und «nur herumstehen», dann haben Sie einige wesentliche Fehler bezüglich Besucherkommunikation und Einladungsmanagement begangen!

Kann man den Messeerfolg messen?

Ja, das kann man – auch den Misserfolg! Dieses Thema werden wir im Seminar bestimmt auch behandeln. Messebeteiligungen unterliegen gerade in konjunkturell schwierigen Zeiten dem Rotstift des Controllers. Es liegt also im Interesse der verantwortlichen Marktbearbeitungsorgane, den Nutzen der Messebeteiligung quantitativ und qualitativ zu messen.

SVSM Award 2011

Neues Jahr, neue Chance! Im September wird zum fünften Mal der SVSM Award für ein herausragendes Projekt im Standortmanagement vergeben sowie zum zweiten Mal der Award «Standortmanager des Jahres» verliehen. Der SVSM Award wird an ein Projekt vergeben, das in seiner Gesamtheit oder unter einem besonderen Aspekt des Standortmarketings beziehungsweise der Wirtschaftsförderung beispielhaft ist. Insbesondere das Engagement von Gemeinden, Regionen und Städten soll mit dem Award belohnt werden. Ein besonderes Augenmerk wird auf die konkreten Erfolgsnachweise gelegt. Die Gewinner der letzten Jahre und somit gelungene Projektbeispiele, Anmeldedokumente und Reglemente stehen auf der Website der SVSM zum Download bereit.



Wie viel Zeit brauche ich, um mich optimal auf eine Messteilnahme vorzubereiten?

Grundsätzlich gilt: Nach der Messe ist vor der Messe. Mit anderen Worten beginnt die Vorbereitung der nächsten Messe mit der Nachbearbeitung der eben zu Ende gegangenen. Die ersten Vorbereitungsarbeiten aufgrund der aus der letzten Beteiligung gezogenen Lehren beginnen bei einer Messe mit Jahresrhythmus ungefähr ein Jahr vor der Messe. Nun hängt dieser Starttermin aber sehr vom entsprechen-

den Messtypus ab. Vorgenannte Aussage kann für eine internationale B2B-Fachmessebeteiligung zum Beispiel in Asien durchaus richtig sein, während für eine regionale Verbrauchermesse die Vorbereitungsarbeiten spätestens drei bis vier Monate vor der Messebeteiligung beginnen sollten.

Was fasziniert Sie an Messeplätzen?

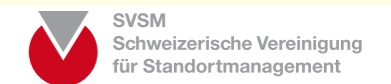
Die Messe ist die älteste Form der aktiven Marktbearbeitung. Bereits im 13. Jahrhundert fanden die ersten Messen, die «missa profana» jeweils nach der heiligen Messe, der «missa sacra», statt. Seit dieser Zeit hat sich die Messe natürlich ganz wesentlich gewandelt. Aber eines ist geblieben und wird auch immer so bleiben: Es ist die Begegnung von Menschen, es ist die spezielle Atmosphäre, die Nutzung aller traditionellen und modernen Kommunikationsinstrumente, welche parallel und sequenziell in der Vorbereitung und Durchführung der Messe eingesetzt werden, um die Leistungsfähigkeit einer Branche und/oder einer Unternehmung aufzuzeigen, Markenwerte und -inhalte zu vermitteln und damit zukünftige Geschäfte sicherzustellen. Messeplätze sind veritable Motoren der konjunkturellen und damit volkswirtschaftlichen Entwicklung einer Stadt, einer Region oder eines Landes.

Info

SVSM Spezial-Academy «Erfolgreiche Messebeteiligung»: Donnerstag, 24. Februar, 13 bis 17.30 Uhr, Hochschule für Wirtschaft, Sihlhof, Zürich

Kritische Erfolgsfaktoren (Ziele, Einladungsmanagement, Kommunikation am Messestand, Botschaften und Exponate, Messenachbearbeitung)

Anmeldeschluss: 14. Februar, Teilnehmerzahl beschränkt (CHF 280.- für SVSM-Mitglieder, CHF 490.- für Nichtmitglieder).
Detailprogramm und Anmeldung:
www.svsm-standortmanagement.ch



Der Schweizerischen Vereinigung für Standortmanagement SVSM gehören rund 100 Mitglieder aus den Bereichen Standortmanagement, Regionenmarketing und Siedlungsentwicklung an. Sie fördert den Erfahrungsaustausch und das Networking mit Lunches und Academies mit Referenten zu aktuellen Themen aus der Branche. Neu ist die Plattform www.standortmanager.ch, wo sich die Standort-Profis registrieren lassen können.

Veranstaltungen 2011

- **Donnerstag, 24. Februar**, 13 Uhr, HWZ Zürich: Spezial-Academy «Erfolgreiche Messebeteiligung»
- **Donnerstag, 28. April**, 11.30 Uhr, Brasserie Lipp, Zürich, Generalversammlung: «Städte-Ranking», Marc Kowalsky, stv. Chefredaktor BILANZ
- **Montag, 2. Mai:** Einsendeschluss Projekte SVSM Award 2011
- **Donnerstag, 26. Mai**, ab 16 Uhr, ConventionPoint Zürich: SVSM-Jahrestagung mit Daniel Küng, CEO Osec, Martin Naville, CEO Swiss-American Chamber of Commerce und Christoph Hauser, Leiter Institut für Betriebs- und Regionalökonomie IBR, Luzern
- **Donnerstag, 15. September**, 11.30 Uhr, Zunfthaus Waag: SVSM Awardverleihung 2011
- **Montag, 24. Oktober**, 13.30 Uhr, HWZ Zürich: Academy, Grundkurs Standortmanagement

Infos und Programm zu den SVSM-Veranstaltungen sind jeweils einen Monat im Voraus auf der SVSM-Website zu finden.

SVSM Geschäftsstelle
Wengistrasse 7
8004 Zürich
Tel. 044 455 56 71
info@svsm-standortmanagement.ch
www.svsm-standortmanagement.ch