

# expobusiness congress

6. und 7. Juli 2009 in Frankfurt am Main

## Von Ausstellern für Aussteller



Jetzt online anmelden unter [www.expobusiness.de](http://www.expobusiness.de)

### Mit effizienten Marketingstrategien Besucher erreichen!

#### Besucher-Marketing

Die Messe-Einladung als Einladung zum Dialog

#### Multi-Channel-Besucher-Kampagnen

Frische Konzepte in der B2B-Kommunikation

#### Originelle Aktionen

Verblüffende Ideen für eine Messebeteiligung

#### Web 2.0

Online-Aktionen während der Messe

#### Mobiles Messe-Marketing

Innovative Ideen für die Kommunikation mit Besuchern

#### Messe-Controlling

Durch Transparenz zu mehr Effizienz

Der Kongress der Seminar-Allianz wird veranstaltet von



akademie  
Messe Frankfurt

## Seminar-Allianz

der deutschen Messen im



Messe Berlin



messe frankfurt

Hamburg  
Messe



LEIPZIGER MESSE  
Messen nach Maß!



NÜRNBERG MESSE

und

mch  
messe schweiz  
marketing live.



**Sie sparen 300,- Euro bei Anmeldung  
bis zum 30. April 2009**

6. und 7. Juli 2009 in Frankfurt am Main

www.expobusiness.de

## Die Veranstalter von expobusiness 2009

expobusiness 2009 ist der Kongress der Seminar-Allianz, veranstaltet von der Akademie Messe Frankfurt und dem m+a Verlag für Messen, Ausstellungen und Kongresse GmbH.

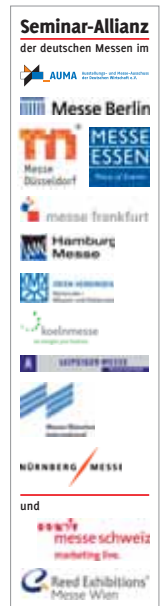
Die Seminar-Allianz ist das Netzwerk von inzwischen 12 Messegesellschaften. Weitere Partner sind der AUMA und der m+a report, das Magazin der globalen Ausstellungswirtschaft.

Die Seminar-Allianz wurde 2008 als erstes Bündnis deutschsprachiger Messegesellschaften gegründet, um ihren Ausstellern ein umfassendes Weiterbildungsangebot zu bieten.

Die Veranstalter



akademie  
Messe Frankfurt



## Die Zielgruppe

expobusiness ist ein Kongress von Ausstellern für Aussteller.

Er wendet sich branchenübergreifend an Mitglieder der Geschäftsleitung sowie an Leiter und verantwortliche Mitarbeiter der Bereiche:

- Messen
- Events
- Ausstellungen
- Brand-Management
- Marketing
- Dialog- und Direkt-Marketing
- Kunden-Management
- Bestandskunden-Management
- Neukundengewinnung
- Kommunikation
- Customer Relationship Management
- Werbung
- Öffentlichkeitsarbeit
- Vertrieb

## Warum Sie expobusiness 2009 besuchen sollten

- Profitieren Sie von handfesten Berichten aus der Messepraxis!
- Pflegen und erweitern Sie Ihr Netzwerk mit Referenten und Fachkollegen!
- Sie haben die Möglichkeit, sich aus vier parallelen Fachforen Ihre individuellen Informationen zusammenzustellen.
- Nutzen Sie die begleitende Fachausstellung, um neue Unternehmen kennenzulernen!
- Bewerben Sie sich für den m+a-Award „Die ausgezeichnete Besuchereinladung“!

## Award: Die ausgezeichnete Besuchereinladung

Pre-Marketing: Die ausgezeichnete Besuchereinladung ist unbestritten das am meisten unterschätzte Messeinstrument. Dabei fungiert sie als Startschuss für das Gesamtprogramm „Messeauftritt“. Der m+a Verlag lädt ausstellende Unternehmen aller Branchen ein, sich am Wettbewerb zum Award „Die ausgezeichnete Besuchereinladung“ zu beteiligen.

Gesucht werden Einladungen in drei Kategorien:

**Kategorie 1:** Print-Einladung mit/ohne Verstärker

**Kategorie 2:** Online- oder E-Mail-Einladungen

**Kategorie 3:** Vernetzte Kampagnen (Print und Online).

Am m+a-Award können Agenturen, Aussteller, Werbemittelhändler oder -hersteller und Messebauunternehmen teilnehmen.

**Die Anmeldeunterlagen:**

[www.expodatabase.de/die-ausgezeichnete-besuchereinladung](http://www.expodatabase.de/die-ausgezeichnete-besuchereinladung)

**Einsendeschluss ist der 15. Mai 2009**

Die Preisverleihung findet am 6. Juli im Rahmen von expobusiness 2009 im Congress Center der Messe Frankfurt statt.



Annic Kolbrück  
Redaktion m+a report  
Telefon: 069 7595-1637  
E-Mail: [anne-nicole.kolbrueck@dfv.de](mailto:anne-nicole.kolbrueck@dfv.de)

6. und 7. Juli 2009 in Frankfurt am Main

www.expobusiness.de

Sehr geehrte Damen und Herren,

auf Messen nutzen ausstellende Unternehmen ihre Live-Präsentation direkt und persönlich, ohne Streuverluste, wie es bei anonymen Massenmedien der Fall ist. Hier steht der individuelle Kontakt zum Besucher im Vordergrund. Nur hier können sie den Kunden emotional ansprechen!

Wie dieser Dialog in all seinen Facetten intelligent und konsequent Ihren Messe-Erfolg nachhaltig steigern kann, erfahren Sie bei expobusiness 2009. Im Fokus der diesjährigen Veranstaltung steht das Thema Besucher-Marketing!

### Lust auf responsestarke Dialoge?

Individuelle Konzepte sind gefragt! Die Kunden und Besucher erwarten eine personalisierte Ansprache, die maßgeschneidert auf ihre Bedürfnisse abgestimmt ist und somit Interesse an einem Messebesuch weckt.

Und noch mehr als das: In Zeiten des digitalen Messe-Marketings wollen Kunden aktiv in die Kommunikation einbezogen werden – direkt und effizient.

### So lohnen sich Ihre Messe-Investitionen!

expobusiness 2009, der 1. Jahreskongress für die ausstellende Industrie und für solche, die es werden wollen, liefert Ihnen das Know-how, wie Sie durch ein erfolgreiches Besuchermarketing Ihren Messe-ROI deutlich verbessern.

Im Vordergrund des Kongresses stehen konkrete – direkt in die Praxis umsetzbare – Konzepte! Diese unterstützen Sie, Besucher- und Kundenpotenziale gezielt zu nutzen, Prozesse zu optimieren und Messeerfolge nachhaltig zu erhöhen. In vier parallelen Fachforen erleben Sie branchenübergreifende, handfeste Lösungen innovativer Unternehmen und erstklassiger Referenten. Erfahren Sie von Visionären und Experten, wie Sie zielgerichtete Dialogmarketing-Kampagnen durchführen und auf Messen neue Kunden gewinnen.

### Feiern Sie mit!

Wir laden Sie im Rahmen von expobusiness 2009 zur Get-Together-Party ein. Ob Fachaustausch oder geselliges Beisammensein – hier ist für jeden etwas dabei. Wir freuen uns auf Sie!

### Noch Fragen?

Freuen Sie sich mit uns auf einen spannenden Kongress. Fragen zu Inhalt und Konzeption beantworten wir gerne.



Christiane Appel  
Chefredakteurin m+a report  
Telefon: 069 7595-1907  
E-Mail: christiane.appel@dfv.de



Béatrice Klocke  
Leiterin Akademie Messe Frankfurt  
Telefon: 069 7575-5211  
E-Mail: beatrice.klocke@messefrankfurt.com

## 1. Kongresstag, Montag, 6. Juli 2009



### Vorsitz

Rudolf Sommer  
Direktor Corporate Fairs und Events,  
EnBW Energie Baden-Württemberg AG

**10:00** Empfang mit kleinem Imbiss, Kaffee und Tee sowie Check-in der Teilnehmer und Eröffnung der Fachausstellung

**11:00** **Offizielle Eröffnung** durch die Akademie Messe Frankfurt, den m+a report und den Vorsitzenden

### Besucher-Marketing

**11:15** **Innovatives Besuchermarketing – Die Qualität der Besucher bestimmen Sie!**

- Der Erfolg des Kunden – ist der Erfolg von SCHOTT
- Die SCHOTT-Erfolgsfaktoren einer Messe
- SCHOTT-Messeziele: Von der Theorie bis zur Praxis
- Den Kundenkontakt nachhaltig leben



Salvatore Ruggiero  
Direktor Messen und Events,  
SCHOTT AG

### Messekommunikation

**12:00** **Messekommunikation – strategisch geplant**

- Messe – ein entscheidender Baustein zur Markenbildung
- Messekonzeption unter Berücksichtigung der Markenwerte
- Zielgruppenspezifische Standgestaltung
- Messezieldefinitionen und Zielerreichungsmessung



Heiner Hans  
Leiter Operatives Marketing,  
TRILUX GmbH & Co. KG

**12:45** Business Lunch und Besuch der Fachausstellung

**14:15-15:45** Parallele Fachforen 1 und 2 ▶▶▶

**15:45** Erfrischungspause und Besuch der Fachausstellung

### Forschung

**16:30** **Sehen und Denken: Nutzen und Grenzen der Hirnforschung für Dialogmarketing**

- Der erste Eindruck entscheidet: Die Messe-einladung als Einladung zum Dialog
- Hirnforschung: Methoden und Hintergründe
- Wie Werbung wahrgenommen wird: Sehen und Erinnern
- Kopf oder Bauch: Wie Entscheidungen getroffen werden
- Logos und Kataloge: Erkenntnisse aus der Neuro-Ökonomie



Dr. Christian Holst  
Leiter Dialog Forschung,  
Siegfried Vögele Institut, Internationale Gesellschaft für Dialogmarketing mbH

### Kundenbeziehungsmanagement

**Keynote Speaker**

**17:15** **Marketing und Kundenorientierung 2009: Das Prinzip Menschlichkeit oder wie gute Beziehungen Strategien beeinflussen**

- Von High Tech zu High Touch – Ethik, menschliche, emotionale Qualität und Kommunikationsbereitschaft als wichtigstes Erfolgsfeld der Zukunft
- Wahre Zuneigung und hohe Dienstleistungsqualität: die Schlüssel zu Kundennähe und Kundenzufriedenheit



Beat Krippendorf  
Gesellschafter,  
ibk – institut beat krippendorf & partner

### Award-Verleihung

**18:15** **The Winner is ...! Jury Award-Verleihung Die ausgezeichnete Besuchereinladung**



Moderation  
Christiane Appel  
Chefredakteurin m+a report

**19:30** Get-Together-Party  
Sekttempfang und Networking-Abend

## Fachforum 1



### Dialog-Marketing

Führen Sie responsestarke Dialoge!



Moderation  
Robert Sarga  
Leiter Servicecenter Medien und Kommunikation,  
BASF SE

## Fachforum 2



### Return on Messe-Investment

Holen Sie mehr aus Ihren Messe-Investments heraus!



Moderation  
Thomas Kleinbongartz  
Direktor Global Marketing PA,  
Pepperl+Fuchs GmbH

14:15

#### Der Messestand als Haptik-Tool der Markenkommunikation: Wie erreiche ich Kunden in einem „No-Interest“-Marktsegment

- Was bedeutet der Begriff „Markenfeeling“?
- Mythos Marke oder Phönix aus der Asche?
- Durch Storytelling und Emotionen aus Besuchern Käufer oder sogar Fans machen



Rudolf Sommer  
Direktor Corporate Fairs und Events,  
EnBW Energie Baden-Württemberg AG

14:15

#### Messe-Erfolgskontrolle in einem mittelständischen Unternehmen

- Mittelständischer „Messealltag“ am Beispiel der Mafell AG
- Die Rolle von Kennziffern
- Der Umgang mit Abweichungen
- Chancen des Erfolgscontrollings



Ralf Kohler  
Gesamtleitung Marketing und Vertrieb,  
Mafell AG

15:00

#### Mit kreativen Einladungsaktionen zur Kundenbindung

- Motivation zum Messebesuch in einem homogenen Wettbewerbsumfeld
- Kundenbindung durch „Chemical Events“
- Messen bei BASF
- Organisationsstruktur des internationalen Messengeschäftes bei BASF



Robert Sarga  
Leiter Servicecenter Medien und Kommunikation,  
BASF SE

15:00

#### Exhibitor ROI bei Pepperl+Fuchs am Beispiel Hannovermesse

- Exhibitor ROI
- Investment-Bewertung/-Auswertung
- Bestandskunden, Neukunden, Kontaktpflege
- Marketingkosten, -budget
- Benchmark
- Wettbewerber, Mitbewerber
- Presse und Medien



Thomas Kleinbongartz  
Direktor Global Marketing PA,  
Pepperl+Fuchs GmbH

## 2. Kongresstag, Dienstag, 7. Juli 2009



### Vorsitz

Ludwig König  
Leiter der Unternehmenswerbung,  
Messe Düsseldorf GmbH

09:30 Eröffnung des 2. Kongresstages  
Begrüßung durch den Vorsitzenden

### Unternehmensstrategie & Kundenmanagement

09:45 **Die Unternehmensstrategie bestimmt den Messeerfolg im B2B-Bereich**

- Der Unternehmensplanungsprozess als Fundament des Messeerfolgs
- „Einzigartiges“ Kundenwissen, die Voraussetzung einer erfolgreichen Zusammenarbeit
- 5 x 95 = 77



Hans-Joachim Kolk  
Geschäftsführer,  
Hilcona Feinkost GmbH

**Keynote Speaker**

10:30 Erfrischungspause und Besuch der Fachausstellung

### Besuchermarketing 2.0

11:00 **Digitales Messe-Marketing 2.0**

- Online-Maßnahmen vor, während, nach der Messe
- Wie und wann welche Web 2.0-Anwendungen nützlich sind
- Chancen und Risiken durch Communitys, Foren und Blogs
- CRM mit Social Media systematisch unterstützen



Prof. Dr. Peter Gentsch  
Lehrstuhlinhaber des Albert-Berner-Stiftungslehrstuhls für CRM; Head of CRM/Analytics,  
Business Intelligence Group GmbH

### Mobiles Messe-Marketing

12:00 **Innovative Ideen für die Kommunikation mit Besuchern: Mobiles Messe-Marketing**

- Commitment Marketing durch neue Technologien
- Integration von mobilen Systemen in die Konzeption von Messeauftritten
- Nutzung zusätzlicher Kommunikationskanäle
- Instrumente zur Sicherung des Messe-Erfolges



Professor Stefan Luppold  
Professor für Messe, Kongress- und Eventmanagement und Marketing,  
Mercur Internationale Fachhochschule –  
University of Applied Sciences

12:45 Business Lunch und Besuch der Fachausstellung

14:15-15:45 Parallele Fachforen 3 und 4 ▶▶▶

15:45 Erfrischungspause und Besuch der Fachausstellung

### Innovative Live-Kommunikation

16:15 **Vertriebsunterstützung im B2B mit internationalen Roadshows**

- Siemens exider train, ein Werbezug, der um die Welt gefahren ist
- Siemens exider dome, ein modulares Gebäude aus 55 Containern
- Neukundengewinnung und Cross-Marketing mit einzigartigen Events
- Logistik für Werbezüge und temporäre Gebäude weltweit
- Modulare Präsentationsinfrastruktur zur zielgruppengerechten Ansprache



Matias Ernst  
Head of Market Communications,  
Siemens AG Industry Sector

### Messe-Hardselling

17:00 **Die DNA des Messe-Hardsellers: nicht quatschen, sondern punkten**

- Was verstehen wir unter Messe-Hardselling?
- Ein Top-Aussteller hat die DNA des Messe-Hardsellers
- Einsatz und Grenzen beim Messe-Hardselling
- Klare Motiv- und Motivationsermittlung
- Konsequenz zum Abschluss – garantiert!



Martin Limbeck  
Spitzen-Verkaufstrainer  
und Hardselling-Experte,  
Martin Limbeck Trainings®

Trainer des Jahres 2008. Bronze-Preisträger des Internationalen Deutschen Trainingspreises 2006, Kategorie Verkauf & Vertrieb. Bronze-Preisträger des 5-Years-Award des BDVT 2008.

18:00 Ende des Kongresses

## Fachforum 3

### Neukundengewinnung

Messebesucher begeistern und gewinnen!



Moderation  
Michael Golz  
Global Head of Communications for  
Coatings, Adhesives & Specialties,  
Bayer MaterialScience AG

## Fachforum 4

### Kundenbindung

Machen Sie Besucher zu „Fans“!



Moderation  
Beate Jungwirth  
Marketing Communications Manager,  
Osram Opto Semiconductors GmbH

14:15

#### Der Fachmesse-Auftritt – zentraler Dreh- und Angelpunkt bei einem Produktlaunch in einen unbekanntem Markt

- Integrierte Kommunikation rund um den Messeauftritt: Fallstudie für ein erklärungsbedürftiges B2B-Produkt
- Kommunikationserfolg: Was nun?
- Lead Management: Der Unterschied zwischen einem Kontakt und einem Kontakt



Michael Golz  
Global Head of Communications for  
Coatings, Adhesives & Specialties,  
Bayer MaterialScience AG

14:15

#### Polit-Kampagne und Käsedesign – Multi-Channel-Besucher-Kampagnen in der Erlebniskommunikation: Live, mutig und erfolgreich

- Online direkt zum Kunden: Case Study „Vote for Power“
- Frische Aufmachungen in der B2B-Kommunikation
- Besuchermarketing im „Käse-Design“ – vom Pre- bis zum After-Mailing
- Messemarketing braucht Überraschungen



Beate Jungwirth  
Marketing Communications Manager,  
Osram Opto Semiconductors GmbH

15:00

#### Ein Unternehmensauftritt wird zur „City of Perception“

- Das Prinzip einer Stadt als Grundlage für einen Messeerfolg
- Nachhaltige Wahrnehmung einer Marke
- Neukunden gewinnen, Kundenbindung stärken und Kundenbedürfnisse erkennen
- Erfolgreicher durch Messe-Hospitality



Beatrix Troschke  
Leiterin Messen und Ausstellungen,  
Sick AG

15:00

#### Die Marke mit allen Sinnen erleben – Glücksgefühle inklusive

- koziol und das Glück
- Wie präsentiere ich Glück auf einem Messestand?
- Die Glücksfabrik



Stephan Koziol  
Geschäftsführender Gesellschafter,  
koziol >> ideas for friends GmbH

### 6. und 7. Juli 2009 in Frankfurt am Main

www.expobusiness.de

#### Anmeldebedingungen

Gemäß dem Motto „Von Ausstellern für Aussteller“ richtet sich expobusiness 2009 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 2009 beträgt inklusive Imbiss, Mittagessen, kalten und warmen Getränken und Get-Together (Abend-event am 1. Kongresstag) 1.290,- Euro.

Bei Anmeldung

- bis zum 30. April 2009 beträgt die Teilnahmegebühr 990,- Euro. Sie sparen 300,- Euro!
- bis zum 31. Mai 2009 beträgt die Teilnahmegebühr 1.190,- Euro. Sie sparen 100,- Euro.

Sollten mehr als 2 Personen aus einem Unternehmen am Kongress teilnehmen, gewähren wir ab dem 3. Teilnehmer einen Preisnachlass von 10 %. 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

oder vor Ort per Kreditkarte beglichen wird. Bei einer schriftlichen Stornierung der Anmeldung bis zum 19. Juni 2009 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

6. und 7. Juli 2009 in Frankfurt am Main  
Congress-Center der Messe Frankfurt  
Ludwig-Erhard-Anlage 1 · 60327 Frankfurt am Main  
www.congressfrankfurt.de >>> Ebene C3 <<<

#### 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



#### Ihre Service-Hotline

Information und Anmeldung:  
Nadine Golgath · Tel.: 069 7575-5165 · Fax: 069 7575-5737  
E-Mail: nadine.golgath@messefrankfurt.com

#### Zimmerreservierung

Für die Teilnehmer von expobusiness 2009 stehen im MARITIM Hotel Frankfurt und im Mövenpick Hotel Frankfurt City begrenzte Zimmerkontingente zur Verfügung. Bitte nehmen Sie Ihre Reservierung rechtzeitig selbst direkt im Hotel unter der Berufung auf expobusiness vor:

**MARITIM Hotel Frankfurt** · Theodor-Heuss-Allee 3 · 60486 Frankfurt am Main  
Tel.: 069 7578-1130 · Fax: 069 7578-1004 · E-Mail: reservierung.fra@maritim.de



Sonderpreis: Einzelzimmer für 165,- Euro inklusive Frühstück  
Doppelzimmer für 221,- Euro inklusive Frühstück

**Mövenpick Hotel Frankfurt City** · Reservierungsabteilung · Den-Haager-Straße 5  
60327 Frankfurt am Main · Tel.: 069 788075-828 · Fax: 069 788075-829  
E-Mail: hotel.frankfurtcity.reservierung@moevenpick.com



Sonderpreis: Einzelzimmer für 155,- Euro inklusive Frühstück

#### Günstige Anreise mit dem expobusiness-Ticket



Entfernung zum Veranstaltungsort mit Zugbindung	2. Klasse		1. Klasse	
	2. Klasse	1. Klasse	2. Klasse	1. Klasse
bis 350 km	79,- Euro	119,- Euro	bis 350 km	89,- Euro
über 350 km	129,- Euro	199,- Euro	über 350 km	139,- Euro

Von jedem beliebigen DB-Bahnhof aus erhalten Sie Sonderkonditionen für die Anreise – auch mit dem ICE.  
Mehr Informationen unter: www.expobusiness.de

#### Anmeldeformular

### Fax-Antwort an 069 7575-5737

An dem zweitägigen expobusiness congress 2009 am 6. und 7. Juli 2009 nehme(n) ich/wir teil.

Name/Vorname	Position/Abteilung
Name/Vorname	Position/Abteilung
Name/Vorname	Position/Abteilung
Firma	Straße/Postfach
PLZ/Ort	Land
Branche	Telefon
Fax*	E-Mail*

Datum/Unterschrift

\*) 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.

Als Messedienstleister kann ich zwar nicht am expobusiness congress teilnehmen, ich interessiere mich aber für die begleitende Fachausstellung.