

Biographie der Referenten/Referentinnen:

Vorsitz



Robert Sarga

Head of Servicecenter Media and Communication, BASF SE

Nach dem Studium der Betriebswirtschaft begann Robert Sarga 1982 seine berufliche Laufbahn im Marketing des Druckmaschinenherstellers Albert-Frankenthal AG.

1987 wechselte er zur BASF SE in die Zentralabteilung Kommunikation, wo er zunächst für die globale Kommunikation des Bereiches Reproduktionstechnik verantwortlich war. 1995 folgte die Delegation zur BASF Drucksysteme mit dem Ziel eine internationale Kommunikationseinheit für dieses neue Geschäftsfeld aufzubauen. Nach Rückkehr zur SE übernahm er die Leitung der globalen Kommunikation für die Einheiten Veredelungsprodukte, Feinchemie und Prozesschemikalien.

Von 2000 – 2005 leitete Herr Sarga die Einheit: Messen und Ausstellungen BASF-Gruppe. Im Rahmen dieser Tätigkeit war er für die globalen Messe-Aktivitäten der BASF sowie die Entwicklung eines Corporate Design für Messen zuständig.

Seit 2005 ist Robert Sarga Leiter des Servicecenters Medien und Kommunikation mit rund 100 Mitarbeitern. Zusätzlich zum Leistungsangebot „Messe“ sind dort u.a. die Themen Foto, Film, Präsentationsgrafik, Intranet, Mediengestaltung, Druck und Kopie in einer zentralen Dienstleistungseinheit gebündelt.

Weitere Aktivitäten

Mitglied im K-Organisationsausschuss bei der Messe Düsseldorf

Mitglied im Arbeitskreis Messen der IHK Mannheim

Mitglied im Arbeitskreis "Messestransparenz" des AUMA, Berlin

Mitglied im BÜM – Branchenübergreifender Messtreff

Vortrag 1

360 Grad Markenkommunikation

Design, Fashion, Lifestyle – Die Modernisierung des Land Rover Images mit der Einführung des Land Rover Evoque

- Boot, Cebit, Fashion Week und IAA – Kundengewinnung auf neuen Wegen
- Neue Töne bei der Markenpositionierung
- Kulinarische Events on top



Peter Gress

Brand Director Range Rover, Land Rover Deutschland GmbH

Peter J. Gress ist seit 1. Mai 2010 als Brand Director Land Rover verantwortlich für Marketing, Vertrieb und Händlerentwicklung der britischen Geländewagenmarke. Gress verfügt über langjährige Erfahrung in Vertrieb und Marketing in der Automobilbranche. Nach einem Maschinenbaustudium war er zunächst für die KUKA Schweißanlagen GmbH tätig, für die er unter anderem ein Projekt in Detroit (USA) betreute. 1988 begann seine Laufbahn innerhalb der Daimler- bzw. Mercedes-Organisation, für die er eine Vielzahl verschiedener Positionen im Wholesale und Retail in der Konzernzentrale bekleidete. Bevor er innerhalb der Mercedes Car Group einen Direktorenposten in der polnischen Vertriebsorganisation übernahm und für die Netzentwicklung zuständig war, verantwortete er den Aufbau des Mercedes Trainingscenters in Singapur. In 2003 kehrte Peter J. Gress in die Mercedes- bzw. Daimler-Konzernzentrale zurück und verantwortete dort national und international verschiedene Vertriebs- und Marketingaufgaben von Mercedes-Benz Cars und -Nutzfahrzeuge sowie innerhalb der Daimler Financial Services AG. Parallel zu seinen beruflichen Tätigkeiten absolvierte Gress mehrere Wirtschafts- und Management-Studiengänge.

Vortrag 2

Zwei Perspektiven – Marke im Raum – Unternehmenswerte wirkungsvoll kommunizieren

Kommunikation im Raum abseits von Produkt und visueller Markenkommunikation

- Die Kunst verständliche Botschaften auf der Messe zu kommunizieren
- Die Bedeutung einer klaren Unternehmensstrategie für einen funktionierenden Messeauftritt
- Herausforderung erklärungsbedürftiges Produkt, kein neues Produkt, die Exponatpräsentation



Kirsten Schoder-Steinmüller
Geschäftsführerin, SCHODER GmbH

Beispiel aus der Investitionsgüterindustrie

Frau Kirsten Schoder-Steinmüller studierte von 1980 - 1984 BWL inkl. einem Auslandspraktikum in London.

1984 trat Sie in die Firma Schoder GmbH in Langen ein. 7 Jahre später wurde Sie dort Geschäftsführerin, seit 2003 ist Frau Schoder-Steinmüller alleinige Gesellschafterin der SCHODER GmbH. Außerdem ist Sie Mitglied der Vollversammlung der IHK Offenbach und seit 2009 Präsidiumsmitglied der IHK Offenbach und in diversen Ehrenämtern tätig.

Marken auf Messen mit allen Sinnen erfahren: Ein Königsweg ins Unbewusste der Zielgruppen

- Sharp und Fußball – eine kommunikative Symbiose
- Differenzierung des Markenauftritts gegenüber Publikum, Presse und Fachhandel



Andrea Weigert

Head of Corporate Communications, Sharp Electronics Europe GmbH

Beispiel aus der Konsumgüterindustrie

Andrea Weigert ist studierte Diplom Betriebswirtin.

Seit 1986 ist Frau Weigert für das Unternehmen Sharp Electronics Europe tätig. Sie startete Ihre Laufbahn als Produktmanager in verschiedenen Geschäftsbereichen.

1996 übernahm Andrea Weigert die Abteilungsleitung Corporate Communications mit den Aufgabenschwerpunkten Werbung, Presse, Internet und Messe. Diese Aufgaben koordiniert Andrea Weigert europaweit. Der Schwerpunkt Ihrer Arbeit liegt in der Planung von Messen als Bestandteil der integrierten Kommunikation (PR, Web und Werbung).

Workshop 1

Der Wert von Spontan-Besuchern

Spontanbesucher gezielt gewinnen

- Welche Bedeutung haben Spontan-Besucher im Vergleich zu Plan-Besuchern?
- Erkenntnisse aus der Messerforschung und die Konsequenzen für den Messeauftritt
- Hat es Implikationen auf die Standgestaltung?
- Bedeutung für die Fernwirkung der Marke und Aktionen auf dem Messestand



Prof. Ralph E. Hartleben

Geschäftsführender Gesellschafter, IRKU: GmbH & Co. KG

Nach dem Studium der Elektrotechnik und Betriebswirtschaftslehre arbeitete Ralph Hartleben 1983 bei der Siemens AG als Marketing-Kommunikationsberater in verschiedenen Unternehmensbereichen, bevor er 1986 für zwei Jahre als Marketingleiter im Bereich der Medizintechnik ins Ausland wechselte. 1988 wechselte er in den Zentralbereich Werbung & Design und war zuständig für die Neukonzeption der strategischen Kommunikationsplanung des Konzerns, inkl. der diesbezüglichen weltweiten Qualifizierung, dem Coaching on the job, dem Controlling und der Betreuung der Bereiche und Regionen. 1998 übernahm er als Kommunikationschef des Bereichs Industrial Solutions & Services (34.000 Mitarbeiter; 4 Mrd. € Umsatz) wieder operative Verantwortung. 2004, nach zwei Jahren als Leiter der Siemens-Foren machte sich Ralph Hartleben selbständig und gründete die IRKU: GmbH & Co. KG, die er bis heute erfolgreich leitet. Schwerpunkt ist die fachgerechte Überprüfung und Verbesserung von Marketing, Messen und Kommunikation von Unternehmen. Im Jahr 2006 erhielt er eine Berufung als Professor für Internationales Marketing und Unternehmensführung an die Hochschule Amberg-Weiden. Ralph Hartleben war über 10 Jahre Mitglied des Werbebeirats der Hannover Messe, ist Gründungsmitglied und Sprecher des Branchenübergreifenden Messtreffs der Industrie (BüM) und bietet seit Jahren Beratung sowie innovative Methoden und Tools zur Steigerung der Effizienz und Effektivität bei Messeaktivitäten an.

Workshop 2

Messe Corporate Identity

Von der Inszenierung der Marke bis zu den Gesichtern der Marke ein stimmiges Konzept

- Die CI-Arbeit – vom Corporate Design bis zur Corporate Communication – konsequent inszenieren und kommunizieren
- Die Bedeutung der CI-Maßnahmen für die Erhöhung von Brand Awareness vor, während und nach der Messe



Annamaria Sisignano

Trainerin, Akademie Messe Frankfurt

Frau Sisignano ist Inhaberin der Agentur Kommunikation Unikat, Karben. Kommunikation berät zu allen Fragen der internen und externen Kommunikation. Die Schwerpunkte liegen dabei auf Corporate Identity, Marketing, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Darüber hinaus ist Annamaria Sisignano Dozentin an der Universität Mainz und an der Fachhochschule Frankfurt. Sie hat zahlreiche Fachbeiträge und ein Buch über Kommunikationsmanagement veröffentlicht.

Praxisbericht

Inszenierung der Marke MULTIVAC



Valeska Haux

Senior Director Corporate Marketing, MULTIVAC Sepp Haggenmüller GmbH & Co. KG

Valeska Haux, Jahrgang 1973, studierte Europäische Betriebswirtschaft am ESB in Reutlingen und an der ICADE in Madrid. 1996 begann sie ihre internationale berufliche Laufbahn in der Verpackungsindustrie bei Klöckner Pentaplast, einem führenden Hersteller von Verpackungsfolien. Seit 2008 ist sie bei MULTIVAC als Senior Director Corporate Marketing für die Marketingaktivitäten der globalen Unternehmensgruppe verantwortlich. Zu ihrem Verantwortungsbereich gehört unter anderem auch die Durchführung von Messeprojekten sowie die Unterstützung der über 60 Ländergesellschaften bei den lokalen Messeprojekten.

Workshop 3

Nachhaltige Messen und Events

Ökologische Live-Kommunikation... Öko-Wahn oder Öko-Sinn?

- Führen nachhaltige Veranstaltungen zu Wertsteigerung oder mehr Kontakten?
- Wie bewerte ich Nachhaltigkeit?
- Ist „Klimaneutralität“ nur ein Feigenblatt oder Sinn und Nutzen?
- Wie reagieren Medien und Kunden auf Bio und Öko?
- CO²-Zertifikate Hype oder Fake?



Rudolf Sommer

Leiter Messen und Veranstaltungen

Marketing- und Kommunikationsservice, EnBW Systeme Infrastruktur Support GmbH

Ein Studium der Wirtschafts- und Organisationswissenschaften an der Uni BW in München und verschiedene Projekte als Marktforscher in der Pharma- und Automobilindustrie gaben den Ausschlag zur Orientierung in Richtung 3D-Markenkommunikation.

Seit der Liberalisierung des Energiemarktes ist Rudolf Sommer verantwortlich für die Positionierung der Strommarken des EnBW-Konzerns (z.B. Yello Strom, NaturEnergie, Watt GmbH...) auf nationalen und internationalen Kommunikations-Plattformen, Events und Promotions. Auszeichnungen wie der if-Design Award, dp3d, die goldene Flamme oder Nominierungen für den deutschen Designpreis bestätigen seinen erfolgreichen, neuen Weg der Kommunikation im „No-Interest“ Marktsegment Energiedienstleistungen.

Vortrag 3

Messebudget

Kreative Messekommunikation versus Kostendruck und Effizienz: Budget und Anspruch

- „Pains and Gains“ auf dem Weg zum neuen Messekonzept
- „Wir sind die Agentur!“
- Evolution im Design – Revolution in den Prozessen



Jeannette Kurz

Leiterin Internationale Messen und Events, Heraeus Holding GmbH

Frau Jeannette Kurz, geboren 1966, studierte Betriebswirtschaftslehre und Anglistik an den Universitäten in Gießen und Loughborough. Seit 1994 ist Sie in verschiedenen Agenturen und Unternehmen als Marketingleiterin und Verantwortliche für Messen und Events tätig. Im Januar 2010 begann Sie Ihre derzeitige Tätigkeit als Leiterin Internationale Messen und Events bei der Heraeus Holding GmbH.

Vortrag 4

Produktdesign

Wie durch Produktdesign innovativ Markeninszenierung gestaltet werden kann

- Strategischer Produktdesignansatz über Lösungsräume durch Papierfaltungen
- Strommasten als Beispiel von Markeninszenierung für einen Energieversorger
- Modulare Messestandgestaltung durch gekrümmte Betonteile für einen Fertigteilhersteller



Prof. Dipl.-Ing. Axel Thallemer

Professur für Technisches Design, Hochschule für bildende Künste
Inhaber, "... innovation input by team Airenal!"

Herr Prof. Dipl.-Ing. Axel Thallemer arbeitete 5 Jahre lang bei Porsche als Design-Ingenieur, initiierte dort den Computer Aided Styling Prozess. 1994 gründete & leitete er Festo Corporate Design bis 2004. Ruf in The Royal Society of Arts in London 2002. Er ist global in 8 Museen vertreten. Herr Prof. Dipl.-Ing. Axel Thallemer erhielt den Innovationspreis der Deutschen Druckindustrie 2009, 1. Platz in der Kategorie "Bücher". Seit 2004 hat er das Industrial Design Ordinariat in Linz, Gastprofessor in Houston, TX, USA sowie in Canton und Peking, China und Taipei, Taiwan, als auch an zwei weiteren Universitäten in Singapur. Freiberufliche Beratung durch "... innovation input by team Airenal!".

Vortrag 5

Comedy Messe

Woran MESSEN wir uns?

- Oder: Wie angeMESSEN oder verMESSEN ist der Unterhaltungswert einer Messe?



Dr. Oliver Tissot

Lachverständiger

Podiums- diskussion

Was erwartet der deutsche Mittelstand von den Messegesellschaften?

- Läuft die Ausstellerbetreuung für den Mittelständler wirklich optimal?
- Vertragsunterzeichnung, das war's?
- Zielgruppenansprache Besucher seitens der Messegesellschaften – wie zufrieden ist der Mittelstand?
- Nachhaltigkeit – Netzwerke – Trends: Zukünftige Zusammenarbeit der Messegesellschaften mit den Ausstellern



Martina Engler-Smith

Leiterin Marketing, Poppe & Potthoff GmbH



Uwe Behm

Mitglied der Geschäftsführung, Messe Frankfurt GmbH



Ulrich Kromer von Baerle

Geschäftsführer, Landesmesse Stuttgart GmbH



Tobias Völker

Leiter Marketing / Area Sales Manager Haimer GmbH

und weitere Diskutanten

Workshop 4

Dialog-Tools

So gewinnen Sie frische und neue Ideen für den Messe-Dialog

- Wie können wir das Unternehmensprofil für die Messekommunikation schärfen?
- Was schafft Abgrenzung im Markt und beim Wettbewerb?
- Messe-Botschaften, die Reaktionen auslösen: Inspiration – Spannung - Nutzen



Anna Esche

Beraterin, Trainerin & Coach, Akademie Messe Frankfurt

Anna Esche ist Expertin für vertriebsorientiertes Messemanagement. Die studierte Betriebswirtin (DHBW Messe,- Veranstaltungs,- und Kongressmanagement) ist seit 2000 geschäftsführende Gesellschafterin der faiconcept GmbH. Anna Esche legt in ihrer Arbeit viel Wert darauf, dass im Veranstaltungsmanagement der Mensch der entscheidende Erfolgsgarant ist und bleibt. Sie macht Kommunikations-Exzellenz erlebbar, setzt Verantwortlichen die "Kundenbrille" auf und gibt neue Denkanstöße zu einem permanenten Entwicklungs- und Veränderungsprozess. Als zertifizierter Reiss Profile Master und Team Coach legt Anna Esche einen starken Fokus auf die persönliche Begleitung, Entwicklung und Stärkung von Veranstaltungsteams. Neben der Durchführung von Teamtrainings und Coachings im In- und Ausland ist Anna Esche seit 2000 als freie Trainerin für die Akademie Messe Frankfurt tätig, leitet seit 2005 verschiedene Weiterbildungslehrgänge der Akademie Messe Frankfurt und ist seit 2008 Hauptreferentin der Seminarallianz der deutschsprachigen Messen im AUMA.

Workshop 5

Messen messen

So messen Sie den Erfolg Ihrer Messebeteiligung

- Wie werden aus Messezielen konkret messbare Ziele?
- Erarbeitung von Messezielen und Ihres ROI-Werkzeugkoffers



Jörg Meßwarb

Geschäftsführer, MB-Services Meßwarb GbR

Unser Workshopleiter Jörg Meßwarb gilt mit seinem Unternehmen MB-Services Meßwarb GbR als ausgewiesener Experte für die Servicedivisionen in internationalen Veranstaltungsgesellschaften sowie Dienstleistungs- und Industrieunternehmen. Im Rahmen seiner langjährigen erfolgreichen Tätigkeit sowohl im operativen Geschäft als auch im Consulting hat er u.a. umfangreiche internationale Erfahrungen als Manager im Bereich Business New Development und General Marketing gesammelt. Jörg Meßwarb, der auch interkulturelle Erfahrungen aus der Agenturbranche einbringt, ist der Experte, wenn es um Markeninszenierungen geht. Er ist zudem spezialisiert auf nationale und internationale Projekte mit Fokus auf Verbesserung des ROI und TCC Prozesse. Er ist Sprecher des BÜM, der branchenübergreifenden Gesprächsrunde von Kommunikationsexperten.

Praxisbericht

Klare Ziele sind ein Muss eines jeden Messeauftritts von Messer – Erwartungshaltung Return on Invest



Marlen Schäfer

Managerin Marketing Services, Messer Group GmbH

Frau Schäfer absolvierte Ihr Studium der visuellen Kommunikation an der FH Niederrhein mit dem Abschluss der Dipl.-Designerin. 1983-1998 betreute sie erste Online-Projekte in Deutschland und war Art Directorin im Bereich "Neue Medien", später Leiterin Ressort Grafik bei der BBDO-Interactive GmbH. Von 1998 bis 2001 war Frau Schäfer Projektleiterin für interaktive Medien bei Messer Griesheim GmbH. Zu Ihren Aufgaben gehörte die Konzeption und Betreuung der Werbemaßnahmen, die Leitung des Arbeitskreises Internet sowie die Beratung der Fachabteilungen. 2001 bis 2005 war Sie Leiterin der Abteilung "Kreation" bei der Agentur Brinkmann GmbH in Krefeld. Seit 2006 ist Frau Marlen Schäfer als Managerin Marketing Services in der Abteilung Unternehmenskommunikation bei Messer Group GmbH. Ihre Aufgaben dort sind die Konzeption und Realisierung gruppenweiter Kommunikationsmaßnahmen, die Markenführung sowie die Unterstützung der Fachabteilungen durch gezielte Werbe- und Verkaufsförderungsmaßnahmen.

Workshop 6

Keine Messe ohne Kontaktstrategie

So generieren Sie aus Messe-Kontakten echte Verkaufschancen

- Haben Messeauftritte ohne Lead Management eine Zukunft?
- Wertvolle Daten schlummern ungenutzt
- Reibungslose Zusammenarbeit von Marketing und Vertrieb



Joachim Kulla

Head of Global Events, Nokia Siemens Networks GmbH & Co. KG

Joachim Kulla, geboren 1955, Studium der Betriebswirtschaftslehre, Werbeberater für Kommunikations- und Datentechnik in der Zweigniederlassung Köln, gefolgt von einer zweijährigen Tätigkeit im Bereich Automatisierungstechnik. Werbeleiter der Siemens Audiologischen Technik mit globaler Verantwortung für die B2B / B2C Kommunikation und alle Messen. Danach 5 Jahre Director Marketing Communications & Tradeshows bei Siemens Medical Solutions, USA. In dieser Zeit Siemens Benchmark bei Messen innerhalb der amerikanischen Healthcare Industry. Im Headquarter von Siemens Healthcare, Erlangen Leitung der Abteilung Strategic Congresses. Wechsel als Head of Global Events zu Nokia Siemens Networks.



Frank Michel

Leitung Marcom Management & Support Power / Industry, Schneider Electric GmbH

Auf unterschiedlichen Positionen sammelte Herr Michel bis heute umfangreiche Kenntnisse und Erfahrungen rund um das Thema Marketing und Kommunikation in international agierenden Unternehmen. Aus seiner Zeit als Projektleiter Messen und Direktmarketing sind ihm die Anforderungen an erfolgreiche Messepräsentationen bestens bekannt. Aus Marketingkontakten qualifizierte Verkaufschancen zu generieren, gehört mit zu den Aufgaben seines Teams.

2000: Schneider Electric GmbH, Ratingen, Bereich Marketing/Kommunikation

1998: Stinnes Interfer AG, Essen, Bereich Marketing/Vertrieb

1999: Diplom im Bereich Wirtschaftswissenschaften an der Universität Oldenburg (Dipl.-Oec.)

Workshop 7

Messebriefings online

Online-Trainings für die optimale Teamvorbereitung

- Der Einsatz von Online-Trainings im Messemanagement
- Konzeption: Perfekt geschulte Standteams, aktuell informierte Kunden
- Konkrete Schritte eines Online-Projektes
- Do's and Dont's bei der Produktion



Sünne Eichler

Mitglied Kongress-Komitee,
LEARNTEC, Messe Karlsruhe

Sünne Eichler, Dipl.-Betriebswirtin (FH) ist Inhaberin der Sünne Eichler Beratung für Bildungsmanagement. Sie beschäftigt sich seit über 15 Jahren mit der Konzeption und Umsetzung von Weiterbildungsangeboten. Neben der zielgruppenspezifischen Entwicklung von Präsenzveranstaltungen ist sie vor allem eine ausgewiesene Expertin für die Umsetzung von Schulungsinhalten in interaktive Selbstlernprogramme sog. Online-Trainings. Sünne Eichler berät und begleitet seit vielen Jahren Unternehmen bei der Einführung und Realisierung von E-Learning-Maßnahmen und der Integration von Online-Trainings in bestehende oder neu zu gestaltende Weiterbildungskonzepte. Sie ist seit 2002 Dozentin an verschiedenen Hochschulen, u.a. bei einem MBA-Studiengang in der Schweiz, und Autorin mehrerer Fachpublikationen. 2009 wurde das EU-Projekt smcetra.net, an dem Sünne Eichler maßgeblich mitgearbeitet hat, mit dem Quality Award in Bronze der Europäischen Kommission ausgezeichnet.

Praxisbericht

Richtig umgesetzt sind Messeauftritte eine Businessmaschine: Online-Trainings bei IBM



Jutta Jakobi

Managerin "Demand Programs", IBM Deutschland

Jutta Jakobi, Jahrgang 1970, ist seit Oktober 2008 Demand Programs Managerin im Bereich Marketing & Communications der IBM Deutschland. In dieser Rolle leitet sie alle C-Level-Marketing Programme und zeichnet gleichzeitig für Messen und Veranstaltungen verantwortlich. Sie begann Ihre Laufbahn 1991 bei A. Racke GmbH als Marketing Managerin für den Exportbereich. 1997 wechselte Sie zum Medienunternehmen Radio Marketing Services GmbH nach Hamburg als Assistentin des Geschäftsführers Verkauf; von dort zu Pricewaterhouse Coopers Unternehmensberatung. Zunächst war sie dort als SAP Marketing Assistentin für Europa tätig, übernahm dann 2000 die Verantwortung für das SAP Marketing in Deutschland. Mit der Akquisition von PWC durch IBM wechselte Jutta Jakobi ins Industrie Marketing-Team und verantwortete dort die Industrien Handel, Konsumgüter, Reise und Transportwesen. 2006 übernahm sie als Managerin dann die Verantwortung für die IBM Forum-Organisation - dem IBM-eigenen Kunden- und Konferenz-Center Team in Deutschland. Mit ihrer neuen Rolle übernahm Jutta Jakobi in 2008 auch die Messeleitungsfunktion für den IBM Ce-BIT-Auftritt.

Workshop 8 Mit Facebook, Twitter und Co. zur Highperformance im Besuchermarketing

So planen Sie Ihre digitale Kommunikationskampagne

- Mit Social Media eigene Messen und Events gezielt und professionell bewerben
- Veranstaltungen und Gruppen zur Besucherwerbung aktiv im Vorfeld nutzen
- Content und Mehrwert von Post und Tweets während einer Messe



Spomenka Kolar

Social Media Beraterin und Trainerin, Akademie Messe Frankfurt

Spomenka Kolar leitet das Darmstädter Unternehmen zoom marketing für coaching & training & consulting. Die Messeexpertin war zuvor als Vertriebsleiterin der DB-Soft AG für drei Geschäftsstellen verantwortlich. Der Schwerpunkt ihrer Tätigkeit lag in der Planung, Organisation und Durchführung zahlreicher Messen, wie die CeBIT, Systems und diverse Hausmessen. Seit Ende 1999 ist Spomenka Kolar Seminarleiterin der Akademie Messe Frankfurt. Nach neuesten wissenschaftlichen Methoden entwickelt sie nachhaltige Seminarkonzepte für die Erwachsenenbildung. Ihre Schwerpunkte sind die individuelle Konzeption und Durchführung von Personaltrainings für Messe und Vertrieb sowie offene Seminare zu Messethemen. Des Weiteren ist Spomenka Kolar Ausbilderin an der Kombrecht-Engel- Schule in Darmstadt. Spomenka Kolar vermittelt Wissen aus der Praxis für die Praxis. „Wer aufhört zu lernen ist alt! Sei er 20 oder 80“ (Herry Ford). Diesem Motto hat sich die Kommunikationstrainerin seit über 10 Jahren verschrieben. Mit jährlich über 1000 Teilnehmern, kann sie sich mit zu den erfolgreichsten Messtrainerinnen Deutschlands zählen.

Praxisbericht

Social Media und B2B-Kommunikation – ein Widerspruch?



Karsten Pierschke

Leiter Investor Relations & Konzernkommunikation, PSI AG

Karsten Pierschke ist seit 1999 bei der PSI AG für den Bereich Investor Relations und seit 2003 auch für die Unternehmenskommunikation des Konzerns verantwortlich. Er kam 1994 zum Systemvertrieb der PSI, bevor er ab 1996 die Öffentlichkeitsarbeit der Konzerntochter PSIPENTA aufbaute. Zwischen 1989 und 1993 war er im Marketing und Vertrieb der UniWare Computer GmbH in Berlin beschäftigt. 1992 schloss er sein Studium an der Technischen Universität Berlin als Diplomkaufmann ab.

Workshop 9 Das Messe-Team: Mitspielen oder Gewinnen?

Fundamente für ein erfolgreiches Teammanagement

- Standbesetzung oder Dream-Team?
- Technik oder System?
- Interne Anforderungen und Herausforderungen beim Teammanagement meistern
- Die Toolbox für ein erfolgreiches Teammanagement



Anna Esche

Beraterin, Trainerin & Coach, Akademie Messe Frankfurt

Anna Esche ist Expertin für vertriebsorientiertes Messemanagement. Die studierte Betriebswirtin (DHBW Messe,- Veranstaltungs,- und Kongressmanagement) ist seit 2000 geschäftsführende Gesellschafterin der faiconcept GmbH. Anna Esche legt in ihrer Arbeit viel Wert darauf, dass im Veranstaltungsmanagement der Mensch der entscheidende Erfolgsgarant ist und bleibt. Sie macht Kommunikations-Exzellenz erlebbar, setzt Verantwortlichen die "Kundenbrille" auf und gibt neue Denkansätze zu einem permanenten Entwicklungs- und Veränderungsprozess. Als zertifizierter Reiss Profile Master und Team Coach legt Anna Esche einen starken Fokus auf die persönliche Begleitung, Entwicklung und Stärkung von Veranstaltungsteams. Neben der Durchführung von Teamtrainings und Coachings im In- und Ausland ist Anna Esche seit 2000 als freie Trainerin für die Akademie Messe Frankfurt tätig, leitet seit 2005 verschiedene Weiterbildungslehrgänge der Akademie Messe Frankfurt und ist seit 2008 Hauptreferentin der Seminarallianz der deutschsprachigen Messen im AUMA.

Vortrag 6

Die Farben – der Barometer der Zukunft

Den farbigsten Firmen gehört die Zukunft, den grauen Mäusen der Untergang



Erich Chiavi

Der Schweizer Erich Chiavi betreibt Studien in Gestaltungs-Physiologie. Er ist akkreditiert am Max Plank Institute in Tübingen und dort auf "Perception" und Farbphysiologie spezialisiert. Zudem ist er z. B. Mitglied am Institut "Angewandte Biologie in Rapperswil", Schweiz, und Referent beim World Economic Forum in Davos, Schweiz. Vorlesungen an verschiedenen Universitäten weltweit gehören ebenfalls zu seinem außerordentlichen Profil.

Erich Chiavi gehört zu den international renommierten Spezialisten im Bereich Raum- und Farbphysiologie:

- Consulting in Licht, Farben, Formen, Materialien und Ergonomie.
- Kreatives Coaching
- Projekte leiten
- Farb- und Kreativseminare
- Wahrnehmung

Mit seinen Expertisen wirkte Chiavi bei vielen internationalen Projekten mit, wie z. B. in der Farbgebung und Raumgestaltung bei Kliniken, Märkten, Hotels, Büros, Industrie-Gebäude, Schulen, Mode-Geschäften, Kongress-Hallen, Residenzen und Privat-Häusern meistens in Europa aber auch in China, USA, Südamerika und Indien. Auch begleitete er viele renommierte Messeprojekte von renommierten Marken, zum Beispiel Metro, IBM, UBS, Novartis, CibaVision, Nestle, Getrac, Sealed Air Cryovac.

Chiavi hat mehrere Patente registriert und neue Ideen kreiert, z. B. "Chiavi-Weiß", eine neue Farbe, die 18 % mehr Licht reflektiert als herkömmliches Weiß.

Von sich selbst sagt er ".Die Natur gibt mir Inspiration, neue Energie und Motivation für meine Kreativität."