

Messe- business

Shortcuts



■ HOGA 2007 in Nürnberg

Mit einem Spitzenresultat ging die von 14. bis 17. Jänner 2007 durchgeführte 24. HOGA, Fachmesse für Hotellerie, Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung, zu Ende. Rund 450 Aussteller präsentierten auf der Messe Nürnberg auf 40.000 m² Bruttofläche das gesamte fachliche Spektrum der Branche. Ein fachliches Feuerwerk aus Ideen, Innovationen und konkreten Anregungen für die Praxis begeisterte die rund 35.500 Besucher (ein Plus von 1.500 Besuchern gegenüber dem Vorjahr). Ein Highlight waren die Schaustücke aus Margarine, Marzipan, Schokoladenmodelliermasse und Gemüseschnitzereien von Urs Regli, dem Schweizer „Michelangelo“ im Bereich Culinary Food-Art. Seine Skulpturen und Dessert-Kreationen konnten bereits zahlreiche renommierte Preise einheimen und werden vielfach als blickfangende Dekorationen bei großen Banketten und kalten Buffets aufgestellt. www.hoga-messe.at

■ „Musik aus den Alpen“ erfolgreich auf der MIDEM 2007

Das Jahr der Musikindustrie begann wie immer mit der internationalen Musikmesse MIDEM. Österreich war mit zwei Ständen dabei: „Sowohl der Stand der Wirtschaftskammer Österreich als auch der Klassikstand der AKM in Kooperation mit Music Manual waren Anlaufpunkte der internationalen Musikwelt“, ist Standorganisator und Konzertbeauftragter Mario Rossori stolz. www.poppate.at

Der Messe & Event-Praxistipp

ALFRED ZOUBEK, Imago GesmbH, Institut für Unternehmensentwicklung, Partner führender mittelständischer Unternehmen.



So steigern Sie die Effizienz jedes Messe-Euros

Das Kostenbewusstsein ist in allen Bereichen in den letzten Jahren enorm gestiegen, spätestens als man erkannte, dass man jeden verdienten Euro nur ein Mal ausgeben kann. Dieses vernünftige Denken hat auch den Einsatz von Consulting-Unternehmen als Fachexperten für Präsentationen, Messeauftritte, Road Shows und Eventpromotions gefördert und einen echten Boom bei diesen ausgelöst. Was für den außenstehenden Betrachter einfach, ja spielerisch aussieht, ist bei näherer Analyse das Ergebnis eines professionellen Projektmanagements. Wollen auch Sie für Ihr Unternehmen die Effizienz derartiger Veranstaltungen steigern? Hier eine kleine Checkliste:

- Definieren der Zielvorgaben im Vorfeld und Schaffung der Parameter für messbare Ergebnisse
 - Erfolg muss messbar sein, damit Ausgaben kalkulierbar werden!
 - Die Planung soll mind. sechs Monate davor starten.
1. Vorphase: Planung, Organisation, Schulung und Besucherwerbung
 2. Messe/Event: Das Ereignis – Umsetzung der Planung
 3. Nachbetreuung: Der Verkauf, die nachhaltige Kundenbeziehung konsequent weiterentwickeln.
- Zur Frage des richtigen ökonomischen Mix zwischen interner und externer Erledigung der Aufgaben raten wir immer zur frühestmöglichen Festlegung der Kernaufgaben für dieses Ereignis, wie Verkauf, Produkteinführung etc.
 - Diese sollte man immer mit internem Kader besetzen, weil sie durchgehend das ganze Jahr im Focus stehen. Die auf das Ereignis bezogenen Aufgaben wie Standplanung und Durchführung und Kommunikation lieber mit externen Experten erledigen.

www.imago.at

WMF: Standkonzept für alle „Messefälle“



Für einen Zeitraum von insgesamt fünf Jahren und Standgrößen von 100 bis 400 m² ist das äußerst modular aufgebaute Standdesign des WMF-Messeauftritts konfiguriert. Augenfalliges Gestaltungselement sind fünf Meter hohe Glaskuben (Octanorm System Maxima), die mit ihrem Finish aus gebürstetem Aluminium Material und Wertigkeit der WMF-Produkte widerspiegeln. Von DI individuell entwickelte Sideboards in Hochglanz-Weiß unterstreichen das edle Ambiente. Mit Großgrafiken verdunkelte Kuben, die die im Inneren platzierte Kaffeemaschine WMF-Presto, in vier verschiedenen Farben leuchtend, in Szene setzen. Weitere Highlights: der WMF-Bufferkel und die Besteckpräsentation.

Aussteller: WMF Württembergische Metallwarenfabrik Aktiengesellschaft

Konzept: WMF, Reiner Fröhlich, Abt. OMW, Werbung Verkaufsförderung/Display International, Würselen Standdesign: Ulrike Formanns, push.

Standbau: Display International, Würselen www.wmf.de

Noch mehr Expertengespräche und Networking auf der SHOWTECH

Von 19. bis 21. Juni erwartet die SHOWTECH auf dem Berliner Messegelände insgesamt rund 350 Aussteller aus 25 Nationen. In diesem Jahr rechnet der Veranstalter Reed Exhibitions Deutschland GmbH mit rund 7.500 Be-

suchern aus mehr als 40 Ländern. Vor allem in den Bereichen Bühnenbau, Beleuchtung, Dekoration und Ausstattung bietet die Messe ein Angebot kreativer Ideen, die auch für das Event-Business umgesetzt werden

können. Networking in exklusiver Atmosphäre, erfolgreiche Best-Practice-Beispiele und Trends sind die Angebote des neuen EVENT3, mit denen die SHOWTECH ihr Angebot für die Eventbranche vergrößert. www.showtech-messe.com