



Ihr Kontakt zum Institut:
Stefanie Dorn
Institut für Messewirtschaft
Universität zu Köln
Telefon
+49 221 470 4317
Telefax
+49 221 470 5007
E-Mail
dorn@wiso.uni-koeln.de
www.messe.uni-koeln.de

Köln, im Juni 2012

Rückblick: International Summer University for Trade Fair Management (ISU)

„Messe hat Social Media viel voraus“

Die International Summer University for Trade Fair Management (ISU) ging erfolgreich zu Ende und lieferte interessante Ergebnisse / 35 Messemanager aus 14 Ländern zeigten sich von Programm und Netzwerkangebot begeistert.

Die Atmosphäre auf einer Messe kann durch Social Media nicht ersetzt werden – dies ging aus der ISU klar hervor. Der Trend gehe eher in Richtung hybrider Events: Klassische Messen werden dabei durch Social Media ergänzt. Unter dem Motto „Excellence in Sales – Selling Excellence“ trafen sich vom 13. bis 15. Juni 2012 Messemanager aus aller Welt in den Räumen der Koelnmesse, um sich zu gegenwärtigen und zukünftigen Entwicklungen in der Messewirtschaft auszutauschen. Die Teilnehmer waren aus 14 Ländern angereist – darunter Finnland, Indien, Japan, Ungarn, Thailand und die USA. Sie erwartete ein intensives Programm aus Vorträgen, Diskussionen, Workshops und Fallstudien mit viel Praxisbezug. „Wir freuen uns über den hohen Grad der Internationalität,“ so Prof. Dr. Dr. hc. Werner Delfmann, Direktor des Instituts für Messewirtschaft der Universität zu Köln. „Es zeigt, dass die Kompetenz des Instituts für die Messewirtschaft auch über Deutschland hinaus wahrgenommen wird.“ Die Teilnehmer profitierten vom internationalen Flair der Veranstaltung: Sie konnten sich beruflich von der Vorgehensweise anderer Länder inspirieren lassen und neue Einblicke gewinnen.

Facettenreiche Einblicke mit viel Praxisbezug

Rede und Antwort standen den ISU-Teilnehmern renommierte Wissenschaftler, Branchenexperten, Visionäre und Praktiker der Messewirtschaft – darunter Prof. Dr. Werner Reinartz vom Department of Retailing and Customer Management der Universität zu Köln. Er befasste sich mit den Möglichkeiten und Herausforderungen der Messung von Kundenzufriedenheit bei Messen.

Ihr Kontakt zur Koelnmesse:
Lena Scholz
Koelnmesse GmbH
Messeplatz 1
50679 Köln
Postfach 21 07 60
50532 Köln
Deutschland
Telefon +49 221 821-3986
Telefax +49 221 821-2105
l.scholz@koelnmesse.de
www.koelnmesse.de

Simon Naudi, Managing Director bei Answers Training, machte deutlich, dass die weltweite Wirtschaftskrise den Vertrieb erschwere und ein Umdenken in der Messewirtschaft notwendig mache. Er lieferte spannende Einblicke in die Psyche der Käufer und zeigte auf, wie Sales Manager von Messegesellschaften diese Kenntnisse gezielt für die Verbesserung ihrer Vertriebsaktivitäten nutzen können.

Das intensive Programm der ISU wurde durch interaktive Workshops ergänzt, bei denen die internationalen Teilnehmer dank ihrer facettenreichen Erfahrungen spannende Präsentationen im Team erarbeiteten. Dr. Rowena Arzt, Director of Business Development bei UFI – the Global Association of the Exhibition Industry – lieferte beispielsweise vielfältige Einblicke in die alltäglichen Vertriebs Herausforderungen für Messemanager. Auch in den anderen Workshops kam der Praxisbezug nicht zu kurz: So entwarfen die ISU-Teilnehmer ihr eigenes Veranstaltungskonzept unter Einsatz von Social Media. Gerade die Sozialen Netzwerke waren bei der diesjährigen ISU ein gefragtes Thema.

Gerald Böse, Vorsitzender der Geschäftsführung der Koelnmesse GmbH, befasste sich mit dem Thema „Mobilizing Sales“ in Verbindung mit Messen und Events. Er machte deutlich, dass die erfolgreiche Einbindung von Mobile Marketing und Social Media ein Lernprozess sei und starke Partner erfordere. Die ISU-Teilnehmer schätzten die Kompetenz der Referenten: „ISU is a perfect opportunity to learn from German trade fair professionals with a theoretical or practical background“, lobt Kanokporn Damrongkul, Messemanagerin aus Bangkok, den Austausch auf der ISU.

Neue Impulse durch Querdenker

Dass im ISU-Programm neben strategischen und operativen Beiträgen von Branchenexperten auch viel Platz für kreative Ansätze von Visionären und Querdenkern war, wurde von den ISU-Teilnehmer durchweg positiv aufgenommen und sorgte für frischen Wind: So ging beispielsweise Kommunikationsexpertin Michaela Schneider-Mestrom, Managing Director bei SCHNEIDERS' Kommunikation für Lebensart, in ihrem Vortrag der Frage nach, ob es – wie so oft behauptet – wirklich stimmt, dass die Messeindustrie nicht mit anderen Branchen verglichen werden kann, wenn es um Handel, Akquise, Entwicklung, Marketing und Imagepflege gehe. Obwohl den meisten Vertriebsmitarbeitern bei Messegesellschaften bewusst sei, dass es sich bei einem Messeauftritt um eine Markenwelt im 360 Grad-Format handelt, würden dennoch vielfach lediglich reine Quadratmeter verkauft. Daher betonte Frau Schneider-Mestrom, dass der Vertrieb auf das Gesamtprodukt Messeauftritt ausgerichtet werden müsse.

Kiumars Hamidian, Partner bei der Management- und Technologieberatung BearingPoint, widmete sich der Frage: Braucht jedes Event eine App? Der erfolgreiche Consultant zeigte in seinem Vortrag „Next Generation Customer Management for a Digital Trade Fair World – Transact, Relate, Experience“ auf, welche weitreichenden Auswirkungen die Veränderungen in der digitalen Welt auf die Kundenbeziehungen haben. Für die Messewirtschaft ist dieses „Um-die-Ecke-Denken“ der Referenten besonders fruchtbar, da Ansätze aus verschiedenen Blickwinkeln möglich werden und neue Impulse entstehen.

Networking at its best

Der Netzwerkgedanke wurde bei der ISU auch in diesem Jahr groß geschrieben und von den Teilnehmern sehr begrüßt: „For me, the networking concept and exchanging of experiences is the most important aspect of the ISU“, so Kanokporn Damrongkul. Auch „Newcomer“ wie Isamu Kimura aus Japan, der noch nicht lange in der Messebranche tätig ist, freute sich über die Möglichkeit, sein internationales Netzwerk zu pflegen und zu erweitern: „ISU is a perfect opportunity to enrich my business network and deepen my knowledge about present market trends in our industry.“ Die ISU bietet für die internationale Messewirtschaft eine wichtige Branchenplattform zum Austausch über aktuelle Messe-Trends und -Herausforderungen. Und diese, betont Markku Konsonen aus Finnland, sind auf der ganzen Welt dieselben: „We all are facing the same challenges in trade fair industry all over the world. The ISU is a unique platform for exchanging strategic and operational knowledge as well as experiences with international trade fair managers.“ Er fügte hinzu: „We look at developments in trade fair industry from different point of views and can learn from each other.“ Nicht nur die Teilnehmer freuen sich über den Verlauf der ISU, auch die Veranstalter sind mehr als zufrieden: „Das positive Feedback der Teilnehmer zeigt uns, dass wir sowohl mit der Wahl des Themas als auch unserem neuen Konzept genau richtig lagen“, resümiert Prof. Dr. Werner Delfmann.

Hintergrund

Die International Summer University for Trade Fair Management (ISU) wurde im August 2006 vom Institut für Messewirtschaft der Universität zu Köln in Kooperation mit UFI – the Global Association of the Exhibition Industry – ins Leben gerufen. Die Veranstaltung, welche sich speziell an das mittlere bis obere Management der Messewirtschaft richtet, fungiert seither als Branchentreffpunkt für die Messewirtschaft und zählte in den vergangenen Jahren mehr als 100 Teilnehmer aus 25 Ländern. Das Institut für Messewirtschaft wurde im August 1999 in Zusammenarbeit mit der

Koelnmesse gegründet und nahm seinen Lehrbetrieb zum Sommersemester 2000 auf. Auf universitärer Ebene in Deutschland einzigartig, können hier Studierende der Wirtschafts- und Sozialwissenschaftlichen Fakultät praxisorientierte Vorlesungen und Übungen rund um die Messewirtschaft besuchen. So bereitet sie das Institut optimal auf einen Beruf im Messewesen vor.

+++++

Teilnehmerstimmen 2012 im Wortlaut

Markku Konsonen (Helsinki, Finnland)

„We all are facing the same challenges in trade fair industry all over the world. ISU is a unique platform for exchanging strategic and operational knowledge as well as experiences with international trade fair managers. We look at developments in trade fair industry from different point of views and can learn from each other.“

Kanokporn Damrongkul (Bangkok, Thailand)

„For me, the networking concept and exchanging of experiences is the most important aspect of the ISU: Catching up with new trends and ideas in the worldwide trade fair industry and getting to know colleagues from other companies. Germany is the heart of the international trade fair industry – and ISU a perfect opportunity to learn from German trade fair professionals with a theoretical or practical background.“

Isamu Kimura (Osaka, Japan)

„Germany is the Number 1 fairground worldwide. I am sure, that ISU is an unique platform for international trade fair managers to get deep insides into the trade fair industry in Germany. I also like the networking aspect of the ISU: For me – as a newcomer in the trade fair industry – it’s a perfect opportunity to enrich my business network and deepen my knowledge about present market trends in our industry.“

+++++