

**m+a**

**MESSE  
INSTITUT**

**mx32**  
MESSEFACHTAGUNG

**DER  
BRANCHENTREFF  
DER  
MESSEEXPERTEN**  
der ausstellenden Wirtschaft.

**22. + 23. NOVEMBER 2018**  
COMMERZBANK-ARENA FRANKFURT

## WIE WIRD SIE AUSSEHEN, DIE ZUKUNFT DER MESSE?

## ANTWORTEN FINDEN SIE AUF DER mx32!

Führende Köpfe der Branche treffen sich am **22.+23. November 2018** in Frankfurt in der Commerzbank-Arena um neueste Trends zu erkunden und die aktuelle Entwicklung in der Messebranche zu sondieren und voranzutreiben.

Die Themenschwerpunkte sind darauf ausgerichtet, was der Markt verlangt. Anlässlich der vorangegangenen Messefachtagung **mx31** wurde deutlich, dass von den Teilnehmern vor allem konkrete Aussagen zu zukunftsrelevanten Themen erwartet werden. Deshalb steht über der Messefachtagung **mx32** in Frankfurt die Headline: »Future«.

- Wie wird sie aussehen, die Zukunft der Messe?
- Wie werden sich Messepräsentationen angesichts der Digitalisierung verändern?
- Was bedeutet das für die Markenführung?

### **WORKSHOP MARKE: MESSE = BÜHNE FÜR MARKEN**

Lautstärke erzeugen, Beachtung bekommen: Auftritte als Kick-offs für Marken, Positionierungen und Haltung.

### **WORKSHOP LEADS: CUSTOMER-CARE-PROZESSE**

Besucher sind der Schlüssel zum Messeerfolg und Leads die Währung, die das Gelingen einer Präsentation belegen.

### **PODIUMSDISKUSSION MESSEBAU 4.0.: WAS FULL-SERVICE HEUTE BEDEUTET UND WAS IN ZUKUNFT?**

Der Markt der Messebauunternehmen ist im Umbruch, aber auch der Messebau selbst. Wie verändert die Digitalisierung die Arbeit der Messebauspezialisten und was bedeutet Full-Service? Ist das ein Marketingschlagwort oder echte Dienstleistung mit Mehrwert, gerade vor dem Hintergrund der digitalen Transformation? Aussteller und Messebauspezialisten und ihre Erwartungshaltungen.

Durch die Tagung führt Sie Anna-Katharina Esche.



### **ANNA-KATHARINA ESCHÉ**

Diplom Betriebswirtin mit dem Fokus Messe-, Veranstaltungs- und Kongressmanagement (DHBW). Sie verantwortet als geschäftsführende Gesellschafterin der fairconcept GmbH den Geschäftsbereich Beratung, Coaching und Training für marketing- und vertriebsfokussiertes Messemarketing.

11.30	<b>BEGRÜSSUNG IM FOYER</b> MIT FINGERFOOD	
12.15	<b>ERÖFFNUNG DER MESSEFACHTAGUNG MX32</b>	
12.30	<b>PROF. NIK HAFERMAAS</b> „GENTLE GIANT MEDIA: MEDIATEKTUR FÜR DIE ZWEITE DIGITALE REVOLUTION“	
13.30	<b>PAUSE</b> MIT KAFFEE & KUCHEN	
14.00	<b>MARKE</b> MESSE = BÜHNE FÜR MARKEN	<b>LEADS</b> CUSTOMER-CARE-PROZESSE
	<b>DIRK BOLZ</b> „SMART SAFETY – REBRANDING EINES HIDDEN CHAMPION“	<b>JENS GEBHARDT</b> „DIE ZUKUNFT DER DATENSTRÖME BEI MESSEAUFTRITTEN: WELTWEITE MESSEAKTIVITÄTEN AUTOMATISIEREN UND ZENTRAL STEUERN“
15.00	<b>JUTTA SPERL UND SVEN WISSEBACH</b> „GEMEINSAM MEHR ERREICHEN: NESTLÉ AUF DER INTERNORGA – WESHALB SICH ANALYSEN LOHNEN“	<b>DANIEL GUNDELACH</b> „DISRUPTION IM MESSE-LEADMA- NAGEMENT - WIE SIE DEN CHANGE- PROZESS VON PAPIER ZU DIGITAL ERFOLGREICH GESTALTEN“
	<b>PAUSE</b> MIT KAFFEE & SNACK	
16.30	<b>PODIUMSDISKUSSION</b> „ZUKUNFT MESSEBAU: MEHRWERTLEISTUNG ODER KOSTENTREIBER?“	
18.00	<b>DOMINIC VEKEN</b> „DER SCHWARZE RAUM – WIE MIT EINER ZUKUNFT UMGEHEN, DIE WIR NICHT MEHR KENNEN“	
20.00	<b>ABENDVERANSTALTUNG - GET TOGETHER</b> FLYING DINNER	

08.30	<b>BEGRÜSSUNG IM FOYER</b>
09.00	<b>ERÖFFNUNG</b>
09.10	<b>JOHANNES MILLA</b> „DIE ZUKUNFT RÄUMLICHER KOMMUNIKATION IN EINER DIGITALEN WELT“
10.10	<b>PAUSE</b> MIT KAFFEE & KUCHEN
10.45	<b>MESSE ALS LABOR</b> FÜR INNOVATION UND LIVE-COMMUNICATION
	<b>JAN FODE IBM</b> <b>HARTWIG VON SASS CEBIT</b>
11.45	<b>PAUSE</b> MIT KAFFEE & SNACK
12.15	<b>ULI MAYER-JOHANSEN</b> „MARKE 5.0 – WIE MARKE HILFT, NEUE WEGE ZU GEHEN: ANDERS DENKEN, ANDERS HANDELN, ANDERS PRODUZIEREN“
13.15	<b>FAZIT UND VORSCHAU</b>
13.30	<b>ABSCHLUSS DER VERANSTALTUNG</b> GEMEINSAMES MITTAGESSEN

## THEMENSCHWERPUNKTE

## KEY-NOTE SPEAKER/ PODIUMSDISKUSSION

**mx32**  
MESSEFACHTAGUNG

### MARKE: MESSE = BÜHNE FÜR MARKEN



#### DIRK BOLZ

Director Global Marketing bei der HIMA Gruppe in Brühl bei Mannheim

Dirk Bolz verantwortet den Aufbau einer globalen Marketingorganisation, die Digitalisierung im Marketing und die weltweite Positionierung der Marke HIMA Safety - dem sympathischen Experten in der Nische. Die bisherige Zielgruppe wird um die Geschäftsleitung erweitert. Profitabel werden, bei maximaler Sicherheit - im digitalen Umfeld der Industrie 4.0.



#### JUTTA SPERL

Nestlé Deutschland AG

Die kreative Präsentation verschiedener Marken bei Branchen-Highlights ist eine Herausforderung. Strategische Messeausrichtung in der Praxis vorantreiben - eine Antwort darauf, weshalb sich Analysen lohnen. Jutta und Sven im Dialog über Theorie und Praxis.

#### SVEN WISSEBACH

Store2be GmbH



### LEADS: CUSTOMER-CARE-PROZESSE



#### JENS GEBHARDT

Geschäftsführer, IGREX Deutschland

Der Einzug der Digitalisierung auf Messeständen bietet Unternehmen vielfältige Chancen, alle weltweiten Messeaktivitäten zentral zu steuern und zu überwachen. Die entstehenden Datenströme effektiv bündeln und automatisiert weiter zu verarbeiten wird dabei eine der Herausforderungen sein.



#### DANIEL GUNDELACH

Director Consulting & Marketing, FairControl

Lead-Apps stellen Aussteller vor große Herausforderungen. Dazu gehören Usability- und Performance-Probleme, fehlende Strategieaktivierung und mangelnde Akzeptanz bei den Mitarbeitern, um nur einige Beispiele zu nennen. Dieser Vortrag hilft Ihnen, digitales Leadmanagement auf Messen ganzheitlich zu denken und erfolgreich zu gestalten.

### MESSE ALS LABOR FÜR INNOVATION UND LIVE-COMMUNICATION



#### HARTWIG VON SASS

Leiter CEBIT-Press

Hartwig von Saß ist seit mehr als zehn Jahren Sprecher der CEBIT, Europas führendem Digital-Event und intensiv in die strategische Neupositionierung eingebunden.



#### JAN FODE

Head of Flagship Events für Deutschland, Österreich und Schweiz bei IBM

Innovationen schaffen, Trends setzen und Kunden begeistern! Wie das geht? Das zeigt der Messeauftritt der IBM auf der CEBIT 2018. Als eine der weltweit größten Marketingaktivitäten des Unternehmens ist es die perfekte Plattform, um zu demonstrieren, wie Kunden im B-2-B Umfeld zu begeistern sind und wie die Digitalisierung für die gesamte Gesellschaft zum Erlebnis wird.

### KEY-NOTE-SPEAKER

#### DOMINIC VEKEN

Managing Director von BrightHouse, a BCG company

Pionier in Sachen Purpose und Organisationskultur. Sein Vortrag beschäftigt sich mit der zunehmenden Unvorhersehbarkeit des Kommenden und den fundamentalen Folgewirkungen für die eigenen Verhaltensstrategien. Neben seiner Beratertätigkeit ist er Buchautor und lehrt »Unternehmensphilosophie« an der Universität der Künste in Berlin.

#### ULI MAYER-JOHANNSEN

Unternehmerin

Marke dient als Prüfkriterium und Filter, um handlungs- und entscheidungsfähig zu sein. Als Differenzierungsfaktor hilft sie, in einer Welt austauschbarer Produkte und Dienstleistungen Relevanz herzustellen. Kommen Identität, Werte und Glaubwürdigkeit in der Marke zum Ausdruck, wird sie zu einem strategischen Erfolgsfaktor.

#### JOHANNES MILLA

Geschäftsführer Milla&Partner

Die Welt wird immer digitaler, und virtuelle Räume wirken zunehmend realistisch. Welchen Platz in der Messe- und Themenkommunikation hat das räumliche, „reale“, Erleben dann noch? Wird das analoge Erlebnis noch wirksam genug sein?

#### PROF. NIK HAFERMAAS

Creative Director TRIAD Berlin

Nik Hafermaas gibt Inspirationen für innovative Messeformate, bei denen digitaler Content die Grenzen konventioneller Darstellungsformen überschreitet. Seine zukunftsweisenden Mediatekturen nutzen dynamische Anzeigemethoden wie LCD-Glas und Electronic Paper im architektonischen Maßstab.

### PODIUMSDISKUSSION

Anna-Katharina Esche und Christiane Appel führen durch die Diskussion

»Zukunft Messebau: Mehrwertleistung oder Kostentreiber?«



#### CHRISTIANE APPEL

Chefredakteurin m+a report



#### JÖRG CHR. MESSWARB

MB Services Meßwarb

»Messen müssen zukünftig (noch) mehr leisten. Spielräume gibt es genug.«



Der Markt der Messebauunternehmen ist im Umbruch, aber auch der Messebau selbst.

- Wie verändert die Digitalisierung die Arbeit der Messebauspezialisten und was bedeutet Full-Service?

- Ist das ein Marketingschlagwort oder echte Dienstleistung mit Mehrwert, gerade vor dem Hintergrund der digitalen Transformation?

- Aussteller und Messebauspezialisten und ihre Erwartungshaltungen.

## TEILNAHMEGEBÜHREN

Komplette Veranstaltung,  
Get Together & Flying Dinner  
beträgt inkl. Verpflegung

Frühbucherpreis € 750 zzgl. MwSt.

Ab dem 01. November 2018

€ 950 zzgl. MwSt.

€ 550 zzgl. MwSt. für jeden

weiteren Teilnehmer aus  
demselben Unternehmen.

## ANMELDUNG

Messe Institut GmbH

Porschestraße 14

71093 Weil im Schönbuch

+49 (0) 7031 986 30-20

info@messe-institut.de

messe-institut.de

Online-Anmeldung unter  
[mx32.messe-institut.de](https://mx32.messe-institut.de)

## VERANSTALTER



### SUPPORTING PARTNER



atelier **damböck**

