

28. - 29. November 2011

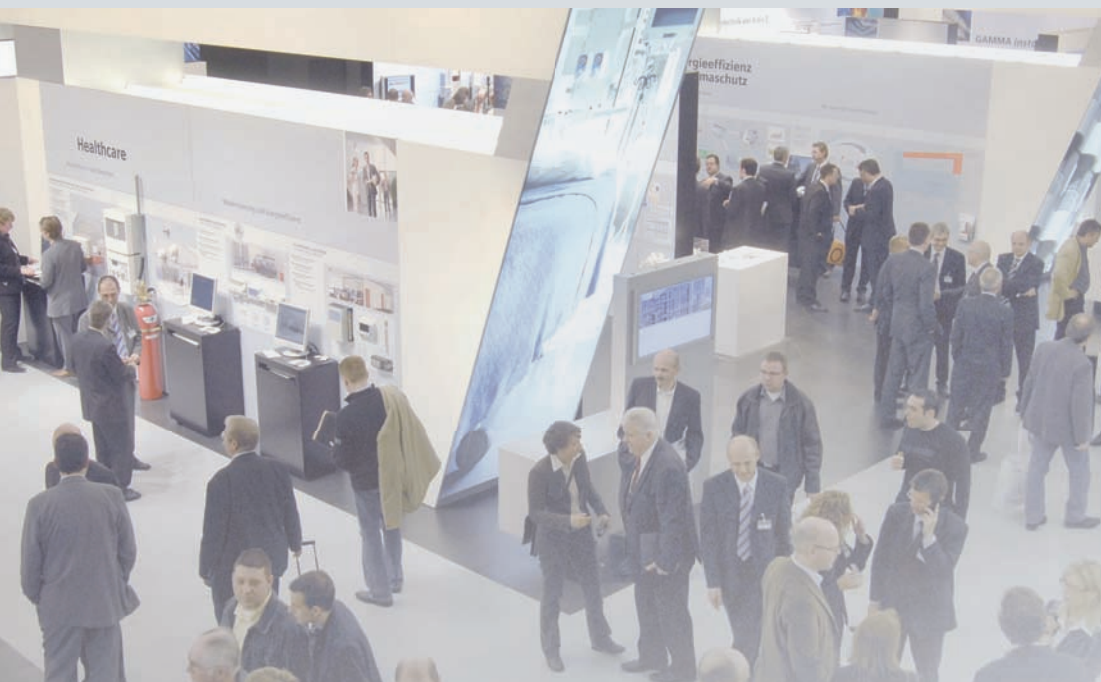
Messegelände Frankfurt, Halle 4, Saal Europa
www.expobusiness.de

expobusiness

3. Kongress mit begleitender Fachausstellung

Messedialog gestalten & Leads gewinnen!
Direkt. Persönlich. Erfolgreich.

Kongressprogramm



Der Kongress der Seminar-Allianz
wird veranstaltet von

akademie
Messe Frankfurt



Unter der
Schirmherrschaft des



Hospitality-
Partner



Seminar-Allianz der
deutschen Messen im



Messe Berlin



messe frankfurt

Hamburg Messe
und Congress



LEIPZIGER MESSE



NÜRNBERG MESSE

Reed Exhibitions



und



Reed Exhibitions®
Messe Wien

Herzlich Willkommen

Grußwort des AUMA - Schirmherr des 3. Expobusiness Congress 2011

Bereits das Motto des diesjährigen Kongresses „Von Ausstellern für Aussteller. Dialog gestalten – Leads gewinnen“ weist darauf hin, dass das Identifizieren guter Kontakte, die Gewinnung neuer Kunden und damit die Umsetzung neuer Chancen im Fokus stehen. Die praktischen Fragen rund um den gelungenen Messeauftritt können außerdem im direkten Informations- und Erfahrungsaustausch mit Experten der Branche beantwortet werden. Deshalb hat der AUMA als Verband der gesamten deutschen Messewirtschaft zum zweiten Mal die Schirmherrschaft über diese Veranstaltung übernommen.

Der 3. Expobusiness Congress ist eine Veranstaltung der Seminar-Allianz der deutschen Messen im AUMA. Organisiert wird er von der Akademie Messe Frankfurt und m+a Internationale Messemedien, Deutscher Fachverlag GmbH. Weiterer Partner ist der FAMAB, Verband Direkte Wirtschaftskommunikation.

Bei der letztjährigen Veranstaltung in Nürnberg konnten sich rund 200 Teilnehmer über die neuesten Entwicklungen in der Messebranche sowie über zukunftsweisende Trends und praktische Lösungen in Vorträgen, Workshops und Expertendiskussionen informieren.

Auch in diesem Jahr stehen wiederum konkrete, direkt in die Praxis umsetzbare Konzepte auf der Tagesordnung. Themen, die u. a. behandelt werden, sind die effektive Ausrichtung von Messe-Events, Gewinnung von Leads, die Einbindung von Social Media in die Gesamtkommunikation und die Inszenierung von Marken. Hochkarätige und erfahrene Experten werden als Referenten und Moderatoren aus ihrem Erfahrungsschatz berichten und ihr Know-how in Vorträgen, Workshops und Dialogforen weitergeben.

Zielgruppen sind sowohl gestandene und erfahrene Aussteller als auch „Messe-Neulinge“ aus kleinen, mittleren und großen Unternehmen. Die begleitende Ausstellung eröffnet die Möglichkeit, innovative Dienstleister der Messebranche kennen zu lernen. Das abendliche Get-Together im Frankfurter Messeturm bietet die Gelegenheit zum weiteren Erfahrungsaustausch mit Referenten, Ausstellern, Messegesellschaften und Kongressteilnehmern.

Ich hoffe, dass Sie diese Veranstaltung zahlreich nutzen und sie ein Ideen- und Impulsgeber für Ihre erfolgreiche Messebeteiligung wird.

Uns allen wünsche ich einen erfolgreichen Verlauf und freue mich, Sie am 28. und 29. November 2011 in Frankfurt a. M. auf dem Expobusiness Congress begrüßen zu dürfen.

Für den Schirmherrn, AUMA



Peter Neven

Dr. Peter Neven
Geschäftsführer,
AUMA_Ausstellungs-
und Messe-Ausschuss
der Deutschen Wirtschaft
e.V.



Grußwort des FAMAB, Partner des 3. Expobusiness Congress 2011

Bereits zum dritten Mal findet der Expobusiness Congress statt. Ein Veranstaltungsformat von Ausstellern für Aussteller, die in Workshops Seminaren und natürlich in den Kaffeepausen nach Austausch und Inspiration suchen. Gibt es Trends; und falls ja, welche sind es? Wie lassen sich Marken erfolgreich führen? Welche Idee lässt sich auch für mein Unternehmen umsetzen?

Genau den gleichen Fragestellungen widmet sich der FAMAB und dessen Mitglieder seit geraumer Zeit.

Seit mehr als einer Dekade zeichnet der Verband mit ADAM und EVA die wirksamsten Messeauftritte, die brilliantesten Markeninszenierungen und die wirkungsvollsten Marketing-Events aus. All diese Erfolgsgeschichten suchen Nachahmer.

Der Expobusiness Congress mit dem Themenschwerpunkt der dreidimensionalen Markenführung zielt in die selbe Richtung und so ist es für den FAMAB, Verband Direkte Wirtschaftskommunikation, selbstverständlich den Erfahrungsaustausch zu unterstützen und als Partner von m+a Internationale Messemedien und der Akademie Messe Frankfurt mit Rat und Tat zur Seite zu stehen.

Wir wünschen der Veranstaltung, dass sie die Erfolgsgeschichte fortführen kann, die sich bei den letzten beiden Veranstaltungen abgezeichnet hat.



Axel von Hagen

Axel von Hagen
Vorsitzender, FAMAB -
Verband Direkte
Wirtschafts-
kommunikation e.V.

Sehr geehrte Damen und Herren,

der Messeauftritt ist im Gesamtmarketingmix eines Unternehmens eines der auffälligsten und aufwendigsten Maßnahmen. Aber nirgendwo ist die Entscheiderdichte größer als auf einer Fachmesse und gelingt es einfacher, gute Kontakte sicher zu identifizieren, neue Leads zu schreiben und mit „Hot Leads“ Geschäftschancen umzusetzen.

Messe-Auftritte sind Business-Maschinen – intelligent genutzt.

Ein kontinuierliches Lead-Management ist integraler Bestandteil verkaufsvorbereitender und -fördernder Maßnahmen und dient gleichzeitig der Erfolgskontrolle. Das Thema steht im Fokus der Veranstaltung Expobusiness Congress 2011.

Wie Kontakte zu neuen Geschäftskunden das Einfahren Ihrer Messe-„Ernte“ steigern, die Kundenzufriedenheit erhöht und sich der ganze Aufwand mehr als bezahlt macht, erfahren Sie in Frankfurt auf dem Expobusiness Congress 2011, der Veranstaltung von Ausstellern für Aussteller.

Geschäftskontakte mit Potenzial!

Markenkonform, imagesteigernd, innovativ, aufmerksamkeitsstark – so sieht Ihr erfolgreicher Messeauftritt aus, damit die adressierten Besucher Ihren Stand „umschwärmen“. Welche Aktionen sind dazu geeignet? Welche Markeninszenierungen und Marketingmaßnahmen überraschen die Zielgruppe positiv? Wie erkennen und identifizieren Ihre Standmitarbeiter die Top-Leads? Und was passiert dabei hinter den Kulissen?

Auftritte, die sich lohnen!

Expobusiness Congress 2011, der 3. Jahreskongress für ausstellende Unternehmen, liefert Ihnen das Know-how, wie Sie durch ein intelligentes Lead-Management Ihren Messe-ROI deutlich verbessern und den Verkaufsprozess kundenorientiert gestalten. Profitieren Sie von dem intelligenten Mix aus Fach-Vorträgen, Workshops, intensiven Diskussionsrunden und Fachmesse. Erfahren Sie von hochkarätigen Visionären, Experten und Machern, wie Sie ein zielgerichtetes Lead-Management einsetzen, durchführen und neue Kunden gewinnen!

Der Kongress liefert Ihnen innovative Strategien, Tipps & Tricks sowie bereichernde Inspirationen für Ihr Expobusiness! Garantiert.



B. Klocke

Béatrice Klocke
Leiterin Akademie und
Kongressmessen,
Messe Frankfurt
Exhibition GmbH



Christiane Appel


Christiane Appel
Chefredakteurin,
m+a Internationale
Messemedien

Kongressüberblick

Änderungen vorbehalten

Details und weitere Informationen erhalten Sie unter www.expobusiness.de

1. Kongresstag, Montag, 28. November 2011

10.30 Uhr Empfang mit kleinem Imbiss, Kaffee & Tee; Eröffnung der Fachausstellung	14.15 Uhr bis 15.45 Uhr ➔ Workshop 1: Der Wert von Spontan-Besuchern ➔ Workshop 2: Messe Corporate Identity ➔ Workshop 3: Dialog-Tools
11.00 Uhr Offizielle Eröffnung und Begrüßung	15.45 Uhr bis 16.15 Uhr Erfrischungspause und Besuch der Fachausstellung
11.15 Uhr 360 Grad Markenkommunikation	16.15 Uhr Kreative Messekommunikation versus Kostendruck und Effizienz: Budget und Anspruch
12.00 Uhr Zwei Perspektiven – Marke im Raum – Unternehmenswerte wirkungsvoll kommunizieren	17.00 Uhr Wie durch Produktdesign innovativ Markeninszenierung gestaltet werden kann
12.45 Uhr Business Lunch und Besuch der Fachausstellung	19.00 Uhr Abendevent 

Die Zielgruppe

Die Veranstaltung Expobusiness Congress richtet sich branchenübergreifend an Mitglieder der Geschäftsleitung sowie an Leiter und verantwortliche Mitarbeiter der Bereiche Messen, Events, Ausstellungen, Marketing, Werbung/Kommunikation, Öffentlichkeitsarbeit und Vertrieb sowie an Führungskräfte der in diesen Bereichen tätigen ausstellenden klein- und mittelständischen Unternehmen, aber auch Messe- und Eventprofis aus Konzernen. Interessierte Neueinsteiger können ebenfalls von dem Programm profitieren.

Veranstalter und Partner

Expobusiness Congress ist als Kongress von Ausstellern für Aussteller konzipiert. Die Veranstaltung gehört zum Portfolio der Seminar-Allianz* der deutschen Messen im AUMA, der Messe Schweiz sowie Reed Exhibitions Messe Wien und wird von der Akademie Messe Frankfurt und m+a Internationale Messemedien, Deutscher Fachverlag, Frankfurt, veranstaltet. Schirmherr des Expobusiness Congress ist der AUMA. Weiterer Partner ist der FAMAB, Verband Direkte Wirtschaftskommunikation.

* Die Seminar-Allianz wurde 2008 als erstes Bündnis deutschsprachiger Messegesellschaften gegründet, um ihren Ausstellern ein umfassendes Weiterbildungsangebot zu bieten. Sie ist das Netzwerk von inzwischen 14 Messegesellschaften und -veranstaltern. Partner sind der AUMA als Verband der gesamten Messewirtschaft, der FAMAB als Verband für direkte Wirtschaftskommunikation und der m+a report als Medienpartner. Mit der Konzeption und Durchführungsorganisation der Seminare ist die Akademie Messe Frankfurt beauftragt.

2. Kongresstag, Dienstag, 29. November 2011

ab 09.00 Uhr Eröffnung des 2. Kongresstages, Begrüßung durch den Vorsitzenden	12.45 Uhr Business-Lunch und Besuch der Fachausstellung
09.05 Uhr Comedy Messe Woran MESSEN wir uns?	14.15 Uhr bis 16.30 Uhr ➔ Workshop 7: Messebriefings online ➔ Workshop 8: Mit Facebook, Twitter und Co. zur Highperformance im Besuchermarketing ➔ Workshop 9: Das Messe-Team: Mitspielen oder Gewinnen?
09.45 Uhr Podiumsdiskussion Was erwartet der deutsche Mittelstand von den Messegesellschaften?	16.15 Uhr Erfrischungspause und Besuch der Fachausstellung
10.30 Uhr Erfrischungspause und Besuch der Fachausstellung	16.30 Uhr Ausstellen ohne Leads?
11.15 Uhr bis 12.45 Uhr ➔ Workshop 4: Nachhaltige Messen und Events ➔ Workshop 5: Messen messen ➔ Workshop 6: Keine Messe ohne Kontaktstrategie	17.15 Uhr Abschließende Zusammenfassung durch den Vorsitzenden

1. Kongresstag: Montag, 28. November 2011

Plenum



Robert Sarga
Head of Servicecenter Media and Communication, BASF SE

Vorsitz:
Robert Sarga

10.30 Uhr	Empfang mit kleinem Imbiss, Kaffee & Tee, Eröffnung der Fachausstellung, Registrierung und Ausgabe der Kongressunterlagen an die Teilnehmer
11.00 Uhr	Offizielle Eröffnung • Begrüßung der Teilnehmer durch den Schirmherrn AUMA • Begrüßung durch die Messe Frankfurt, m+a Internationale Messemedien und den Vorsitzenden
11.15 Uhr	 Peter Gress Brand Director Range Rover, Land Rover Deutschland GmbH 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
12.00 Uhr	Beispiel aus der Investitionsgüterindustrie  Kirsten Schoder-Steinmüller Geschäftsführerin, SCHÖDER GmbH Beispiel aus der Konsumgüterindustrie  Andrea Weigert Head of Corporate Communication, Sharp Electronics Europe GmbH 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 Marken auf Messen mit allen Sinnen erfahren: Einen Königsweg ins Unbewusste der Zielgruppen • Sharp und Fußball - eine kommunikative Symbiose • Differenzierung des Markenauftritts gegenüber Publikum, Presse und Fachhandel
12.45 Uhr	Business-Lunch und Besuch der Fachausstellung

Fortsetzung auf der nächsten Seite

1. Kongresstag: Montag, 28. November 2011

Sie haben die Wahl zwischen drei Workshops

Weitere Informationen zu den Referenten erhalten Sie unter www.expobusiness.de

14.15 Uhr - 15.45 Uhr → → →

Parallele Workshops 1, 2 und 3

→ Workshop 1

Der Wert von Spontan-Besuchern
Spontanbesucher gezielt gewinnen



Moderator:
Prof. Ralph E. Hartleben
Geschäftsführender
Gesellschafter,
IRKU: GmbH & Co. KG

- 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 den Messestand

→ Workshop 2

Messe Corporate Identity
Von der Inszenierung der Marke bis zu den Gesichtern der Marke ein stimmiges Konzept



Moderatorin:
Annamaria Sisignano
Trainerin,
Akademie Messe Frankfurt

- 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

Praxisbericht

Inszenierung der Marke MULTIVAC



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



→ Workshop 3

Nachhaltige Messen und Events
Ökologische Live-Kommunikation...
Öko-Wahn oder Öko-Sinn ?



Moderator:
Rudolf Sommer
Leiter Messen und
Veranstaltungen, Marketing
und Kommunikationsservice,
EnBW Systeme Infrastruktur
Support GmbH

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

Fortsetzung auf der nächsten Seite

1. Kongresstag: Montag, 28. November 2011

15.45 Uhr

Erfrischungspause und Besuch der Fachausstellung

16.15 Uhr



Jeannette Kurz
Leiterin Internationale
Messen und Events,
Heraeus Holding GmbH

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

17.00 Uhr



Univ.-Prof. Dipl.-Ing. Axel Thallemer
Professur für Technisches Design,
Hochschule für bildende Künste /
Inhaber, „... innovation
input by team Airena!“

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 Fertigteilersteller

17.45 Uhr

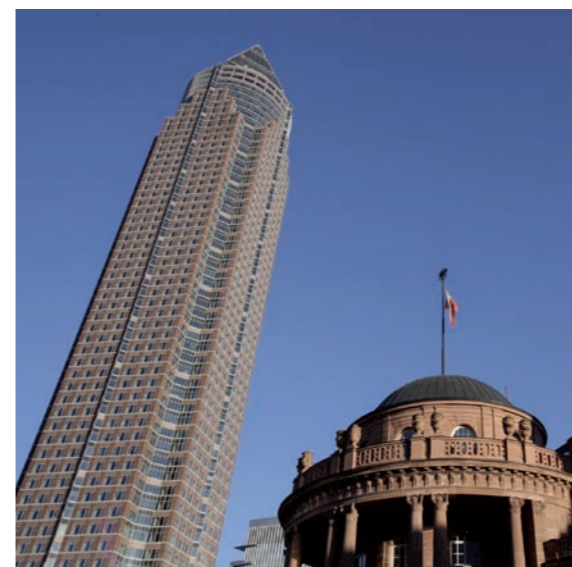
Zusammenfassung des 1. Kongresstages durch den Vorsitzenden

18.00 Uhr

Ende des 1. Kongresstages

19.00 Uhr

Abendevent



Abendevent

Zu einem neuen Hochgefühl wird der Get-Together-Abend zum Abschluss des 1. Kongresstages führen. We'll give you a lift - und dann geht es im 30. Stock des wohl schönsten Frankfurter Wahrzeichens fröhlich weiter. Im Messeturm - der Designklassiker unter den Wolkenkratzern - erwarten Sie anregende Gespräche, gute Musik und kulinarische Köstlichkeiten aus dem Cateringkonzept Maison Traiteur Carl 18.91 von Broich Catering.

Mit freundlicher Unterstützung
unseres Hospitality-Partners

Broich
CATERING & LOCATIONS
SEIT 1891

2. Kongresstag: Dienstag, 29. November 2011
Plenum

Weitere Informationen zu den Referenten erhalten Sie unter www.expobusiness.de



Robert Sarga
Head of Servicecenter
Media and Communi-
cation, BASF SE

Vorsitz:
Robert Sarga

09.00 Uhr

Eröffnung des 2. Kongresstages
Begrüßung durch den Vorsitzenden

09.05 Uhr



Dr. Oliver Tissot
Lachverständiger

Comedy Messe

Woran MESSEN wir uns?

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

09.45 Uhr

Podiumsdiskussion

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



Wolfgang Marzin
Vorsitzender der
Geschäftsführung,
Messe Frankfurt
GmbH



**Ulrich Kromer
von Baerle**
Geschäftsführer,
Landesmesse
Stuttgart GmbH

Und weitere Diskutanten

10.30 Uhr

Erfrischungspause und Besuch der Fachausstellung

Fortsetzung auf der nächsten Seite



2. Kongresstag: Dienstag, 29. November 2011
Sie haben die Wahl zwischen drei Workshops

11.15 Uhr - 12.45 Uhr

Parallele Workshops 4, 5 und 6

Workshop 4

Dialog-Tools

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



Moderatorin:
Anna Esche
Beraterin, Trainerin & Coach,
Akademie Messe Frankfurt



Workshop 5

Messen messen

So messen Sie den Erfolg Ihrer
Messebeteiligung



Moderator:
Jörg Meßwarb
Berater und Trainer,
Akademie Messe Frankfurt

Workshop 6

Keine Messe ohne Kontaktstrategie

So generieren Sie aus Messe-Kontakten
echte Verkaufschancen



Moderator:
Joachim Kulla
Head of Global Events,
Nokia Siemens Networks
GmbH & Co. KG



Moderator:
Frank Michel
Leitung Marken,
Management & Support
Power / Industry
Schneider Elektrik GmbH



- 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

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

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

Praxisbericht

**Klare Ziele sind ein Muss eines jeden
Messeauftrittes von Messer -
Erwartungshaltung Return on Invest**



Marlen Schäfer
Managerin Marketing
Services, Messer
Group GmbH

12.45 Uhr

Business-Lunch und Besuch der Fachausstellung

Fortsetzung auf der nächsten Seite

2. Kongresstag: Dienstag, 29. November 2011

Sie haben die Wahl zwischen drei Workshops

14.15 Uhr - 15.45 Uhr ➔ ➔ ➔

Parallele Workshops 7, 8 und 9

➔ Workshop 7

Messebriefings online

Online-Trainings für die optimale Teamvorbereitung



Moderatorin:
Sünne Eichler
Mitglied Kongress-Komitee
LEARTEC, Messe Karlsruhe

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

Praxisbericht

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



Jutta Jakobi
Managerin „Demand Programs“, IBM Deutschland

➔ Workshop 8

Mit Facebook, Twitter und Co. zur Highperformance im Besuchermarketing

So planen Sie Ihre digitale Kommunikationskampagne



Moderatorin:
Spomenka Kolar
Social Media Beraterin und Trainerin,
Akademie Messe Frankfurt

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

Praxisbericht

Social Media und B2B-Kommunikation - ein Widerspruch?



Karsten Pierschke
Leiter Investor Relations & Konzernkommunikation,
PSI AG

➔ Workshop 9

Das Messe-Team: Mitspielen oder Gewinnen?

Fundamente für ein erfolgreiches Teammanagement



Moderatorin:
Anna Esche
Beraterin, Trainerin & Coach,
Akademie Messe Frankfurt

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

28.-29. November 2011

Messegelände Frankfurt, Halle 4, Saal Europa

Anmeldebedingungen

Gemäß dem Motto „Von Ausstellern für Aussteller“ richtet sich Expobusiness 2011 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 2011 beträgt inklusive Imbiss, Mittagessen, kalten und warmen Getränken und Get-Together (Abendevent am 1. Kongresstag) 990,- Euro. zzgl. gesetzl.

MwSt. **Sparen Sie 100,- Euro pro Teilnehmer bei der verbindlichen Anmeldung bis zum 30.09.2011.** Für jede weitere Person aus demselben Unternehmen beträgt der Teilnehmerpreis 550,- Euro. 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 beglichen wird. Bei einer schriftlichen Stornierung der Anmeldung bis zum 14. November 2011 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.

Zimmerreservierung

Für die Kongressteilnehmer und Aussteller stehen begrenzte Zimmerkontingente zur Verfügung. Bitte nehmen Sie Ihre Reservierung rechtzeitig selbst direkt im Hotel vor.

Maritim Hotel Frankfurt

Email: reservierung.fra@maritim.de
Tel.: 069-7578 1130
Ref.Nr.: MES271111
Sonderpreis: Einzelzimmer ab 165,- Euro zuzüglich 28,- Euro Frühstück

Ibis Frankfurt City Messe Frankfurt

Tel.: 069-28 60 70
Stichwort: Expobusiness
Sonderpreis: Einzelzimmer ab 69,- Euro inkl. Frühstück

Meininger Hotel Frankfurt Messe

Email: welcome@meininger-hotels.com
Tel.: 030-666 36 100
Ref.Nr.: EA-24238
Sonderpreis Einzelzimmer ab 54,- Euro inkl. Frühstück

Mövenpick Hotel Frankfurt City

Email: hotel.frankfurt.city@moevenpick.com
Tel.: 069-788075-0
Stichwort: Expobusiness Congress
Sonderpreis: Einzelzimmer ab 150,- Euro inkl. Frühstück

Marriott Frankfurt

Email: mhfrs.frdt.reservations@marriott.com
Tel.: 069-79 55 22 22
Stichwort: Expobusiness Congress
Sonderpreis: Einzelzimmer ab 139,- Euro inkl. Frühstück

Best Western Grand City Hotel Frankfurt

Email: info@grandcity-frankfurt.bestwestern.de
Tel.: 069-973 2270
Stichwort: Expobusiness Congress
Sonderpreis: Einzelzimmer ab 99,- Euro zuzüglich 12,50 Euro Frühstück

Günstige Anreise mit dem Expobusiness-Ticket



Der Preis für Ihr Veranstaltungsticket zur Hin- und Rückfahrt* beträgt:

- Bis 350 km:**
- 2. Klasse 79,- Euro
- Ab 351 km:**
- 2. Klasse 139,- Euro

Strecke (Hin- u. Rückfahrt)	Normalpreis	Preis Veranstaltungsticket	Preisvorteil
Berlin <> Frankfurt/M	226,- Euro	139,- Euro	87,- Euro
München <> Frankfurt/M	182,- Euro	139,- Euro	43,- Euro
Köln <> Frankfurt/M	128,- Euro	79,- Euro	49,- Euro
Stuttgart <> Frankfurt/M	114,- Euro	79,- Euro	35,- Euro

Buchen Sie Ihre Reise telefonisch unter der Service-Nummer +49 (0)1805-311153** mit dem Stichwort: Expobusiness Congress 2011

* Vorausbuchungsfrist mindestens 3 Tage. Mit Zugbindung und Verkauf, solange der Vorrat reicht. Umtausch und Erstattung vor dem 1. Geltungstag 15 €, ab dem 1. Geltungstag ausgeschlossen. Gegen einen Aufpreis von 20 € sind auch vollflexible Fahrkarten (ohne Zugbindung) erhältlich.
** Die Hotline ist Montag bis Samstag von 8:00 - 21:00 Uhr erreichbar, die Telefonkosten betragen 14 Cent pro Minute aus dem deutschen Festnetz, maximal 42 Cent pro Minute aus den Mobilfunknetzen.
*** Preisänderungen vorbehalten. Angaben ohne Gewähr.

Anmeldeformular

An dem zweitägigen Expobusiness Congress 2011 am 28. und 29. November 2011 nehme(n) ich/wir teil.

Fax-Antwort an 069 7575 5727

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

Pflegen und erweitern Sie Ihr Netzwerk mit Fachkollegen

- Ja**, ich bin damit einverstanden, dass meine Daten in der Teilnehmerliste veröffentlicht werden.
- Nein**, ich bin nicht damit einverstanden, dass meine Daten in der Teilnehmerliste veröffentlicht werden.
- Mit Nennung meiner E-Mail-Adresse und Faxnummer erkläre ich mich einverstanden, über diese Medien Informationen und Newsletter der Akademie Messe Frankfurt sowie des Deutschen Fachverlags zu erhalten. Hinweis nach § 28 VI BDSG: Sie können der Verwendung Ihrer Daten widersprechen, wenn Sie in Zukunft keine Informationen mehr erhalten wollen.

16.30 Uhr

Erfrischungspause und Besuch der Fachausstellung

16.45 Uhr



Vincent Bénard
Head of Internal Communications,
EADS Deutschland GmbH

Messe-Intention

Ausstellen ohne Leads?

- EADS nutzt weltweit Messen und stellt Leads nicht in den Mittelpunkt. Warum?
- Leadsysteme helfen nicht immer weiter – ein realistischer Standpunkt?
- Worauf es dann bei der Messepräsentation ankommt – ein Einblick und Ausblick

17.15 Uhr

Abschließende Zusammenfassung durch den Vorsitzenden

28.-29. November 2011

Messegelände Frankfurt, Halle 4, Saal Europa

Termin und Veranstaltungsort

28. und 29. November 2011 in Frankfurt
Messegelände, Halle 4, Saal Europa
Ludwig-Erhard-Anlage 1
60327 Frankfurt/Main

Die Veranstalter

- Messe Frankfurt Exhibition GmbH
Ludwig-Erhard-Anlage 1
60327 Frankfurt am Main
- Deutscher Fachverlag GmbH
m+a Internationale Messemedien
Mainzer Landstr. 251
60326 Frankfurt am Main

Ihr Ansprechpartner rund um die Ausstellung:



Volker Schledt

Deutscher Fachverlag GmbH
m+a Internationale Messemedien
Tel.: +49 (0)69 7595 1883
Fax: +49 (0)69 7595 1880
volker.schledt@dfv.de

Ihre Ansprechpartnerin für alle weiteren Fragen:



Annette Holtmann

Veranstaltungsmanagerin
Messe Frankfurt Exhibition GmbH /
Akademie
Tel.: +49 (0)69 7575 3262
Fax: +49 (0)69 7575 5727
annette.holtmann@messefrankfurt.com

Ihre Ansprechpartnerin rund um den Kongress:



Alessandra Becker

Veranstaltungsassistentin
Messe Frankfurt Exhibition GmbH /
Akademie
Tel.: +49 (0)69 7575 5331
Fax: +49 (0)69 7575 5727
alessandra.becker@messefrankfurt.com