

«Eine geballte Ladung Marketing an zwei kompakten Tagen»

SUISSE EMEX Am 30. und 31. August feiert die Suisse Emex ihr Zehnjährjubiläum. Unter dem Motto «Meet the future» findet dann der Schweizer Messe-Event für Marketing & Kommunikation und Digital Business in Zürich statt. MK hat Gründerin und Geschäftsführerin Ewa Ming zum Jubiläum befragt.

VON Ruedi ULMANN

MK Frau Ming, welche Ziele hatten Sie vor zehn Jahren, als die erste Suisse Emex umgesetzt wurde?

EWA MING Ich wollte der Schweizer Marketingbranche eine innovative Plattform bieten, sich zu treffen, zu vernetzen und zu präsentieren. Die Suisse Emex sollte zu einer einzigartigen Begegnungsplattform werden, welche die gesamte Wertschöpfungskette im Marketing abbildet und Trends aufzeigt. Das ist mir in all den Jahren erfolgreich gelungen.

MK Was hat sich aus Ihrer Sicht für die Aussteller gegenüber damals geändert?

MING Die Messe wird immer mehr zur erlebnisorientierten Informations- und Begegnungsplattform sowie zur Inspirationsquelle für neue Impulse – das heisst weg von der reinen Produkteschau. Trends, digitale Themen und die Innovationen müssen erleb- und begreifbar aufgezeigt werden. Crossmedial und über Social Media wird 365 Tage aktiv kommuniziert und Besuchermarketing betrieben.

Die Messe als reine Verkaufsschau gibt es so nicht mehr. Viel wichtiger ist es, vor Ort neue Kontakte zu knüpfen und schliesslich den Leads danach online oder im direkten Gespräch nachzugehen. Zudem erhalten unsere Aussteller eine erweiterte Präsenz im B2B-Portal Brandheiss.

MK Wie unterscheiden sich die Erwartungen der Besucherinnen und Besucher im Vergleich zu vor zehn Jahren?

MING Wissenstransfer, die Beratung und der Dialog mit den Experten vor Ort sowie Inspirationen für neue Trends sind wichtiger denn je. Gerade das Forenprogramm gilt als Zugpferd für unsere Besucher, da die hochkarätigen Vorträge und Keynotes an der Suisse Emex immer kostenfrei sind. Wir werden dem gerecht, indem wir die Qualität der Vorträge auf einem sehr hohen Niveau behalten.

An der eigentlichen Ausstellung sind sich die Besucher gewohnt, einen 360°-Überblick des gesamten Marketingspektrums zu erhalten, und das können wir nicht zuletzt seit der Suisse Emex 2015 und der Lancierung der vier Themenwelten World of Communication, World of Promotion, World of Event & LiveCom, World of Digital Business strukturiert anbieten.

MK Was sind die grössten Unterschiede zwischen damals und heute für eine Messeorganisation?

MING Das Zusammenspiel mit den verschiedenen Partnern und Ausstellern wird immer intensiver. Wichtig sind die gemeinsamen Gespräche und die Beratung, um so die Bedürfnisse der einzelnen Parteien und Zielgruppen abzuholen und dann auch in die operative Umsetzung mit einzubeziehen. Als Veranstalter einer Messe gilt es, die einzelnen Bausteine perfekt zu einem Ganzen zusammenzuführen und so einen nachhaltigen Gesamtanlass zielgruppengerecht zu gestalten.

MK Die grössten Messe-Highlights der vergangenen Jahre aus Ihrer Sicht?

MING Da gibt es unzählige. Wenn ich eines rauspicken müsste, war das wohl die erste Messeeröffnung. Unvergesslich der Moment zu erleben, wie tausende Besucher in die Hallen strömen. Auch heute habe ich jedes Mal Gänsehaut, wenn sich die Türen nach einem Jahr Arbeit und Vorbereitung wieder öffnen. Aber auch die vielen Begegnungen mit aussergewöhnlichen Persönlichkeiten und spannenden Besuchern und Ausstellern aus Nah und Fern sind immer einzigartige Erlebnisse.

MK Wie war das Echo auf den Relaunch im letzten Jahr?

MING Äusserst positiv. Erstmals zusammen mit der Parallelmesse für Business Software Topsoft ver-



Ewa Ming, Gründerin und Geschäftsführerin der Suisse Emex.

anstaltet, konnten wir im Verlaufe der zwei Messtage zu den 50 Ausstellern rund 14 500 Besucher begrüßen. Bemerkenswert war auch die hohe Zustimmung der Aussteller und Besucher aus dem benachbarten Ausland. Sie lobten insbesondere die hohe Qualität des neuinszenierten Gesamtkonzepts, das die gesamte unternehmerische Wertschöpfungskette abbildet. Besonders überzeugt haben auch die 50 internationalen Top Speaker, die unzähligen Business-Networking-Möglichkeiten und Querdenk-Anstösse.

MK Was hat die Verkürzung von drei auf zwei Messtage gebracht?

MING Bei den Ausstellern wie auch den Besuchern kam die Umstellung auf zwei Tage sehr gut an. Rund 75 % der Aussteller beurteilten die Öffnungszeiten als genau richtig. Somit profitieren Besucher und Aussteller von einer geballten Ladung Marketing an zwei kompakten Tagen. Zusätzlich lancierten wir auf 2015 die Emex Night für das Who is Who der Marketing- und Eventbranche. Die Networkingparty am Abend des ersten Messtages mit Afterwork-Charakter fand ebenfalls grossen Anklang und war schon rund zwei Monate im Vorfeld restlos ausverkauft.

MK Die Messe deckt ein breites Spektrum ab vom komplexen, IT-lastigen Marketingtool bis zum günstigen Massen-Werbeartikel. Was bringt dieses Nebeneinander Ausstellern und Besuchern?

MING Wir sehen uns als 360°-Leistungsschau mit einer klaren Messestruktur und unseren vier Welten. Die Besucher sollen sich einen Überblick über das gesamte Marketingspektrum verschaffen können. Genau diese Vielfältigkeit als Gesamtschau macht die Suisse Emex zu dem, was sie ist.

Unsere Aussteller profitieren von einem breiten Spektrum an Fachbesuchern, welche meistens durch alle Hallen und Themenwelten der Suisse Emex gehen. So haben unsere Aussteller die Chance, noch mehr qualifizierte Leads vor Ort zu generieren.

MK Welche Aktivitäten werden für das Jubiläum entwickelt?

MING Wir bauen auf dem Erfolg der Messe 2015 auf und werden die brandheissen Lösungen und Trends von morgen aufzeigen. Ein hochkarätiges Referenten- und Event-Programm und ein spannender Ausstellermix sollen die Besucher erfreuen. Diverse Aktivitäten, welche den Dialog mit den Besuchern fördern, werden ausgebaut, zum Beispiel im neu konzipierten EventLab, im FutureLab, in der Querdenker-Welt oder der Crossmedia Kitchen.

Kommunikativ und inhaltlich werden wir übers ganze Jahr noch präsenter sein und lassen auch einen Blick hinter die Kulissen zu. In Zusammenarbeit mit der international renommierten Kreativagentur für grossflächige Werbekunst Good Looking Studios aus Polen entsteht eine Imagekampagne à la Making-off der Suisse Emex 2016. Zu jeder Themenwelt entsteht ein eigener Film und vor Ort wird es dann eine Art Rückblick auf zehn Jahre Suisse Emex künstlerisch zu bestaunen geben. ■