



The Winner Is:

Ewa Ming, Suisse Emex

Ambitionierte Unternehmerin im Event Business

Ewa Ming, geboren 1967, ist Gründerin und Alleininhaberin der Ming Agentur AG und der Celebrationpoint AG. Sie ist Mitgründerin der Swiss Handicap, einer Messe für Menschen mit und ohne Behinderung, sowie Geschäftsführerin der Suisse Emex, der grössten Marketing- und Eventmesse der Schweiz. Ihre Haupttätigkeit liegt in der Beratung, Vermarktung, Medienarbeit und Umsetzung von Projekten im Bereich der erlebbaren Kommunikation, dem Meeting Business MICE und im Aktivitätsfeld Messen. Ewa Ming sitzt zudem im Verwaltungsrat der GDZ Druckerei Zürich und der Eulachhallen Winterthur. Wenn die Suisse Emex im August ihr

zehntes Jubiläum feiert, kann die ambitionierte Unternehmerin auf eine beachtliche Karriere zurückblicken. Sie begann mit dem Diplom an der Ecole Hôtelière de Lausanne (EHL). Nach klassischen Berufsstationen am Front Desk und im Back-Office der Luxushotels Hyatt International und Montreux Palace stieg sie zur Sales Managerin des Mövenpick-Hotels Zürich und später zur Marketingleiterin der Candrian Catering AG auf. Anfang 1997 gründete Ming ihre eigene Kommunikationsagentur, sechs Jahre später das MICE-Expertennetzwerk Celebrationpoint AG sowie 2006 gemeinsam mit Partnern die Emex Management GmbH und 2012 die Messe

Swiss Handicap AG – vier erfolgreiche Unternehmen, die sie bis heute leitet. Die kreative Business-Frau, die sieben Sprachen spricht und auch noch Zeit für den Marketingplaner und ein CAS Kulturmanagement-Studium fand, blieb stets am Puls der Branche. Die Netzwerkerin denkt crossmedial und gibt ihr Expertenwissen auch gern als Dozentin für Eventmanagement und Messemarketing weiter. Ihren Agentur-Claim «Creating Emotions» pflegt sie auch privat: beim Entdecken fremder Städte, Kulturen und Küchen, beim Sport oder beim Philosophieren unter Freunden.

DORIS GOTTSTEIN

«Die Menschen sehnen sich nach Dialog und Haptik»

MK VORDENKER Die Suisse Emex, die heuer das zehnjährige Bestehen feiert, ist ihr «Kind», aber auch die Swiss Handicap, eine Messe für Menschen mit und ohne Behinderung. Ewa Ming, die Expertin für Live Kommunikation, gibt von A bis Z Auskunft darüber, was sie motiviert und denkt.

VON Ruedi ULMANN

A – Ambition

MK *Wonach streben Sie und was motiviert Sie?*

EWA MING Ich möchte täglich mein Bestes geben und nie etwas bereuen. Beruflich strebe ich nach nachhaltigem Wirken, neuen Lösungen und Innovationen, welche Teilnehmern Mehrwert bieten und auch sinnstiftend sind.

B – Branding

MK *Was ist für Sie erfolgreiche Markenpflege?*

MING Wenn das gesamte Markenerlebnis über Jahre stimmt und so Kunden zu Fans werden. Die Marke muss mein Vertrauen mit Ehrlichkeit und Authentizität gewinnen.

C – Celebrationpoint

MK *Wie positionieren Sie Ihre Firma?*

MING Die Celebrationpoint ist die Spezialistin für Marktbearbeitung in der Event- und Meetingbranche und vernetzt die Stakeholder seit 13 Jahren. Sie versteht sich als Drehscheibe zwischen Dienstleistern und Veranstaltungsverantwortlichen. Als Marketing- und Networking-Spezialistin bietet sie interaktive Plattformen für neue Kontakte und Erfahrungsaustausch sowie zielgruppengerechte Dienstleistungen (live, online und print) an.

D – Digitalisierung

MK *Revolution oder Evolution?*

MING Beides... je nach Branche. In allen Gesellschaftsbereichen und auch den einzelnen Marketingzweigen hat die Digitalisierung enormen Einfluss und hat erst jetzt so richtig angefangen zu greifen. Für viele Firmen gleicht die Anpassung wahrlich einer Revolution.

E – Emex

MK *Wie ist die Suisse Emex entstanden?*

MING Aus dem Zusammenschluss der eigenen Eventmesse Celebrationpoint mit der X-Messe für Mar-

keting, die mit grossem Besucherschwund zu kämpfen hatte. Willi Gyger der Wigra-Gruppe diente als Vermittler und fragte mich an, ob ich etwas Neues aufbauen möchte... und schon war die Suisse Emex als Event-Marketing-Expo geboren. Die neue 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 und ich bin stolz darauf, am 30. & 31. August 2016 das 10-jährige Jubiläum der Suisse Emex zu feiern.

F – Flow

MK *Wie entstehen im Zeitalter der permanenten Ablenkung Flow-Erlebnisse an Events?*

MING Durch eine hohe persönliche Interaktion mit den Teilnehmern wird die Ablenkung minimiert, dabei müssen alle Sinne angesprochen werden.

G – Glaubwürdigkeit

MK *Was ist die Basis dafür?*

MING Authentizität, Ehrlichkeit und Echtheit in allen Marketingbemühungen einer Unternehmung oder der Präsenz einer Marke – dies für das gesamte Produkterlebnis, egal ob in Wort oder Bild inklusive dem Handeln aller Mitarbeiter und der Geschäftsleitung.

H – Highlights

MK *Ihre drei grössten beruflichen Highlights?*

MING Die Teilnahme als offizielle Künstleragentur an der Ski-WM in St. Moritz 2003; kurz darauf folgt der erste Celebrationpoint Messe-Event im und um das neu eröffnete Hotel Uto Kulm auf dem Uetliberg. Und jetzt im Jahr 2016, dass ich das Jubiläum 10 Jahre Suisse Emex feiern darf!

I – Ideen

MK *Wie finden Sie neue Ideen?*

MING Meistens fallen mir diese spontan im Laufe meiner kreis-

den Gedanken ein – oft wenn ich unterwegs bin – oder im angeregten Gespräch mit inspirierenden Leuten oder Speakern. Gerne hole ich mir das Feedback in der Familie oder bei meinem Team, welche die Idee kreativ und innovativ weiterspinnen.

J – Job

MK *Was wollten Sie als Kind werden?*

MING Hoteldirektorin in einer Feriendestination oder Tierärztin.

K – Kommunikation

MK *Welche Mittel bevorzugen Sie und welche brauchen am meisten Zeit?*

MING Mein Handy und der persönliche Austausch. In all der Kommunikationsüberflutung scheint es mir immer noch der direkteste und ehrlichste Weg, mit meinen Partnern und Kunden an einen Tisch zu sitzen und im Gespräch nach Lösungen zu suchen. Diese Meetings brauchen zwar Zeit, sind aber die nachhaltigsten.

L – Live Communication

MK *Wie seriös ist Event Marketing heute (im Sinne von Professionalität mit klarer Zielsetzung und Erfolgsmessung)?*

MING Dank der Digitalisierung in Kombination mit cleveren Eventtools und den «Sharing»-Möglichkeiten der direkten Kontakte und der Brandexperience wird die LiveCom immer messbarer und daher nimmt sie eine noch stärkere Stellung im Marketingmix ein. Die

Menschen sehnen sich nach Dialog und Haptik.

M – Ming Agentur

MK *Was ist der Kern Ihrer Agentur-Dienstleistungen?*

MING «Creating Emotions...» – dies ist unsere Ambition für unsere Kunden. Die Ming Agentur bietet für KMU-Unternehmen Kommunikations-, Medien- und Grafikleistungen an, spezialisiert sind wir auf Aufträge im Bereich der Live Communication, Hotellerie und Tourismus.

N – Nachhaltigkeit

MK *Wie erzielen Events eine nachhaltige Wirkung?*

MING Messen beispielsweise entwickeln sich immer stärker zur erlebnisorientierten Informations- und



Ewa Ming,
Swiss Emex

Begegnungsplattform sowie zur Inspirationsquelle für neue Impulse – weg von der reinen Produktschau. Trends, digitale Themen und Innovationen müssen erleb- und begreifbar aufgezeigt werden. Die Besucher möchten auf sie zugeschnittene Stories erhalten und nutzbringende Inhalte nach Hause nehmen. Die B2B-Messe als reine Verkaufsveranstaltung gibt es also nicht mehr. Der professionelle Inhalt mit der passenden emotionalen Botschaft ist das Wichtigste für nachhaltige Wirkung.

O – Online-Event

MK Welche Rolle spielen sie heute und in Zukunft?

MING Online-Veranstaltungsangebote sehe ich heute und in Zukunft als wertvolle Ergänzung, die das Offline-Erlebnis aber nie vollständig ablösen werden. Dies macht allenfalls im Bereich der reinen Wissens- oder Informationsvermittlung beispielsweise im Bereich von Seminaren und Workshops Sinn, wo emotionale Aspekte eher in den Hintergrund treten.

P – Privat

MK Wie trennen Sie Social Media privat und geschäftlich?

MING Ich sehe die Grenzen sehr fließend. Ganz Privates gehört natürlich nicht auf Facebook, aber meine persönlichen kleinen Freuden, berufliche Höhepunkte und Alltagserlebnisse teile ich gerne und freue mich auch auf die Rückmeldungen und Likes. Fotografieren gehört zu meinen Hobbys, darum poste ich auch gerne schöne Impressionen.

Q – Querdenken

MK Wie brechen Sie aus gewohnten Denkmustern aus?

MING Eigentlich habe ich nie das Gefühl, dass ich ausbrechen muss. Im Zusammenspiel mit Partnern und Kunden ergeben sich neue Denkmuster, die wir als Agentur oder Veranstalter bestmöglich in konkrete Massnahmen umsetzen. Trotzdem verlangt das Anders- und Querdenken oft sehr viel Engagement und Denkarbeit. Mit einem tollen, jungen und dynamischen Team schlagen wir Jahr für Jahr neue Wege ein und versuchen, den Trends so gerecht zu werden.

R – Reisen

MK Bildet?

MING Absolut. Reisen ist mein allerliebtes Hobby und meine Inspirationsquelle. Ich liebe es, von

Die weiteren Finalisten

Oliver Stäcker, Gotomo GmbH

Oliver Stäcker (*1972) ist Gründer und CEO der Gotomo GmbH, einem spezialisierten Anbieter für Mobile-Lösungen und Mobile-Beratung. Als ehemaliger Inhaber einer Werbeagentur und verschiedenen VR- und Beiratsmandaten in Mobile-Tech-Startups verfügt er über den notwendigen Rundumblick, um Marketing und Mobile-Anwendungen effektiv aufeinander abzustimmen. Mehr zur Person:

www.m-k.ch/oliver-staecker



Marc Walder, CEO Ringier AG

Marc Walder (*1965) wurde im April 2012 CEO der Ringier AG. Unter ihm wurde die Ringier AG konsequent diversifiziert und digitalisiert durch starke Investitionen in die Bereiche Digital Business und Entertainment. Walder initiierte 2013 die Idee eines Projekts «Digital Zurich 2025», um gemeinsam mit Leadern aus Politik, Wirtschaft und Wissenschaft Zürich zur digitalen Hauptstadt Europas zu machen.

www.m-k.ch/marc-walder



den Geschichten und Menschen in andern Kulturen zu lernen.

S – Swiss Handicap

MK Geschäft oder soziales Engagement?

MING Die Swiss-Handicap-Messe und der Förderverein sind einzigartig in der Schweiz. Ziel ist es, Begegnungs- und Informationsplattformen für Menschen mit und ohne Behinderung zu gestalten. Die Swiss Handicap agiert als NPO und denkt nicht wirtschaftlich, obwohl die Fixkosten natürlich gedeckt werden müssen. Das soziale Engagement und die Einbindung meiner Mitarbeiter sowie der ehrenamtliche Einsatz der vielen freiwilligen Helfer überwiegen aber bei Weitem. Jeder ist eingeladen, als Unternehmer mehr Social Entrepreneurship an den Tag zu legen. Der Förderverein ist für dies perfekt geeignet.

T – Theorie

MK Wie halten Sie es mit Theorie und Praxis? Was ist wichtiger?

MING Die richtige Mischung machts aus. Persönlich bevorzuge ich in dieser schnelllebigen Zeit einen pragmatischen und praxis-

bezogenen Handlungsansatz – «Try and fail, but never fail to try».

U – Unternehmenskultur

MK Welche Werte pflegen Sie in Ihren Firmen?

MING Ich sehe mein Team und die Zusammenarbeit auf freundschaftlicher, kollegialer Basis. Selbstverantwortung, Engagement, Eigeninitiative und Mut zur Umsetzung sind mir wichtig. All das bringen meine rund 15 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in meinen Betrieben mit und tragen so zu einem harmonischen und kreativen Klima bei. Auch das soziale Handeln hat für mich einen hohen Stellenwert. Ich versuche, dabei eine Vorbildrolle zu übernehmen und mit gutem Beispiel voranzuschreiten.

V – Vordenker

MK Was sind für Sie einflussreiche Denkerinnen und Denker?

MING Es gibt so viele... aber tief beeindruckt bin ich persönlich von Muhammad Yunus – dem Friedensnobelpreisträger des Jahres 2006. Ich durfte ihn persönlich kennenlernen und bin berührt, wie er mit seiner Idee für Mikrokredite für die Ärmsten der Armen

in Bangladesch trotz schwierigster Umstände wirklich etwas Grundlegendes und Nachhaltiges bewegen konnte.

W – Werbung

MK Wie sehen Sie die Zukunft der klassischen Werbung?

MING Die klassische Werbung in Magazinen, TV oder Radio wird nie verschwinden, aber sich einen neuen Platz erkämpfen müssen. Werbetreibende Unternehmen sind aufgefordert, auf einen cleveren crossmedialen Mix passend zur Zielgruppe zu setzen und sich gut beraten zu lassen. Das Online-Marketing und die damit verbundene Online-Werbung werden für den Aufbau einer starken Marke immer wichtiger. Jetzt ist der Zeitpunkt zu handeln!

X – Xing

MK Was bringen regionale Netzwerke in einer globalisierten Welt?

MING Die Einfachheit der Kommunikation und Vernetzung! Nähe und Austausch während des ganzen Jahres unter Branchenkollegen ist unumgänglich. Xing ist dabei ein wichtiges Instrument zur Vernetzung und der Kommunikation von Unternehmerinnen wie mir. Ich schätze Xing sehr, auch als Partner meiner unzähligen Projekte.

Y – Youtube

MK Was halten Sie von Googles Videodienst?

MING I love it! Youtube ist heute aus meinem privaten und geschäftlichen Alltag nicht mehr wegzudenken. Das Bewegtbild nimmt auch in der Unternehmenskommunikation einen immer höheren Stellenwert ein. Und die Kinder und Jugend, die Konsumenten von morgen, wachsen bereits mit dem Portal auf.

Z – Ziele

MK Welche wollen Sie noch erreichen?

MING Trotz der Schnelligkeit und Dynamik in unserer Branche möchte ich eine zufriedenstellende Work-Life-Balance für mich persönlich erreichen. Beruflich liegen mir sinnstiftendes und nutzenbringendes Handeln für die Gesellschaft beziehungsweise für die Branche am Herzen. Wenn ich zum Beispiel mit dem Swiss-Handicap-Förderverein dazu einen nachhaltigen Beitrag leisten kann, bin ich glücklich! ■