



Zusammenfassung

„Messen: Spannende Berufe am Puls unserer Zeit“

20. September 2018

Erstellt durch:
it's fair Agentur: Messe&Marketing
An der Kaiserburg 11
40629 Düsseldorf

Es gilt zudem das gesprochene Wort.

Willkommen

Messen: Spannende Berufe am Puls unserer Zeit

20. September 2018 • Münster



© 2018 *it's fair* Agentur: Messe&Marketing • Düsseldorf • Germany • [Partner des  AUMA - Verband der deutschen Messewirtschaft]

itsfair.net  1

Unsere Agenda für heute

1. Kleine Messekunde
➤ Merkmale, Funktionen
➤ Messen im Marketing-Mix

2. Ziele der Beteiligten
➤ Aussteller
➤ Besucher
➤ Eigentümer
➤ Veranstalter
➤ Marktabdeckung

3. Anforderungen
➤ Persönlichkeitsprofil
➤ Fachliche Eignung

4. Berufsbilder und Einsatzgebiete
➤ Arbeiten im internationalen Umfeld
➤ Projektmanagement
➤ Verdienstmöglichkeit

5. Ausbildung und Studium
➤ Messengesellschaften, Veranstalter
➤ Duales Studium FH
➤ Universität, Trainee

6. Berufsrelevante Trends im Messewesen

© 2018 *it's fair* Agentur: Messe&Marketing • Düsseldorf • [Partner des  AUMA - Verband der deutschen Messewirtschaft]

itsfair.net  2

NOTIZEN

1. Kleine Messekunde > Merkmale

Messen sind echte Dienstleistungen –

- Nicht lagerungsfähig, vergänglich/verderblich
- Nutzen erst nach Eröffnung ersichtlich
- Ergebnisse erst nach Messeschluss messbar
- Veranstalter organisiert Plattform [Angebot & Nachfrage]
- Präsenzpflcht der Marktpartner zwecks Leistungserstellung
- Aussteller sind Gastgeber einer breiten Zielgruppe >
 - Bestandskunden [Kundenpflege]
 - Interessenten [Information]
 - Neukunden [Akquisition]
- Aussteller bestimmt eigenen Erfolg größtenteils selbst //

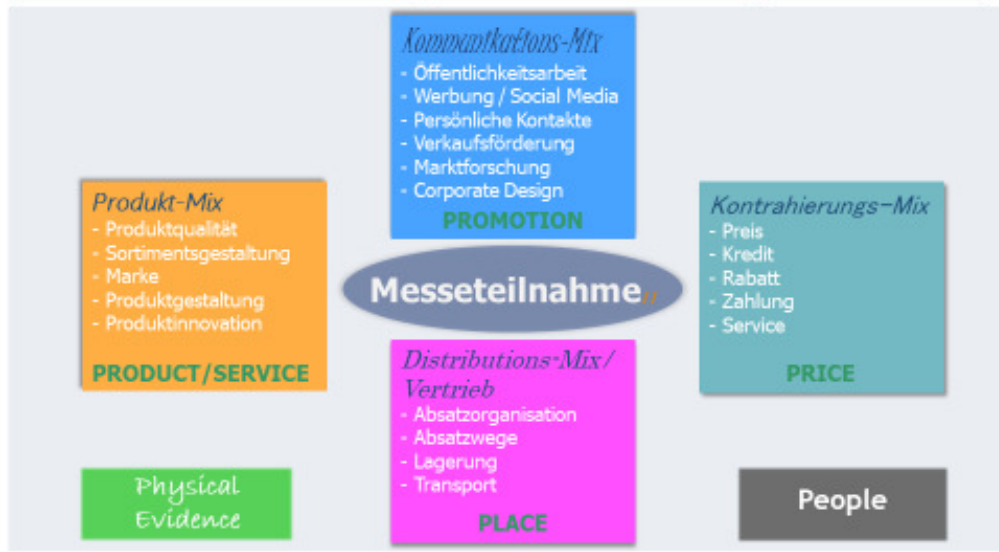
1. Kleine Messekunde > Aufgaben

Ausgewählte Aufgaben [internationaler] Messen –

- Spiegeln Märkte/Branchen wider [Themenkonzentration]
- Gewährleisten und vergrößern die Markttransparenz
- Fördern intensiven Informationsaustausch
- Ermöglichen direkten Vergleich von Preis und Leistung
- Helfen bei der Erschließung neuer Märkte
- Erleichtern das Beschaffungsmarketing
- Sprechen alle menschlichen Sinne an [Erlebnischarakter] //

NOTIZEN

1. Einbindung in den Marketing-Mix



© 2018 *it's fair* Agentur: Messe&Marketing • Düsseldorf • [Partner des **ASMA** - Verband der deutschen Messewirtschaft]

itsfair.net

5

2. Ausgewählte Ziele der Beteiligten

Aussteller –

- Bekanntheit steigern, Kontaktpflege, Neukunden, Imageverbess.
- Produktpräsentation, Erschließung neuer Märkte, Verkauf

Besucher –

- Neuheiten, Marktüberblick, neue Lieferanten [Beschaffung]
- Problemlösungen, Weiterbildung [Kenntnisse & Erfahrungen]

Eigentümer –

- Öffentlich/privat, Prestige, Standortförderung, Einkommen
- Arbeitsplätze, Gewinn/Umwelt-Rentabilität, Existenzsicherung

Veranstalter –

- Branchenrelevanz, Spiegel der Märkte, Zukunftsorientierung/Trends
- Marktabdeckung [Wachstumsmärkte > Töchter/Messe-Export] //

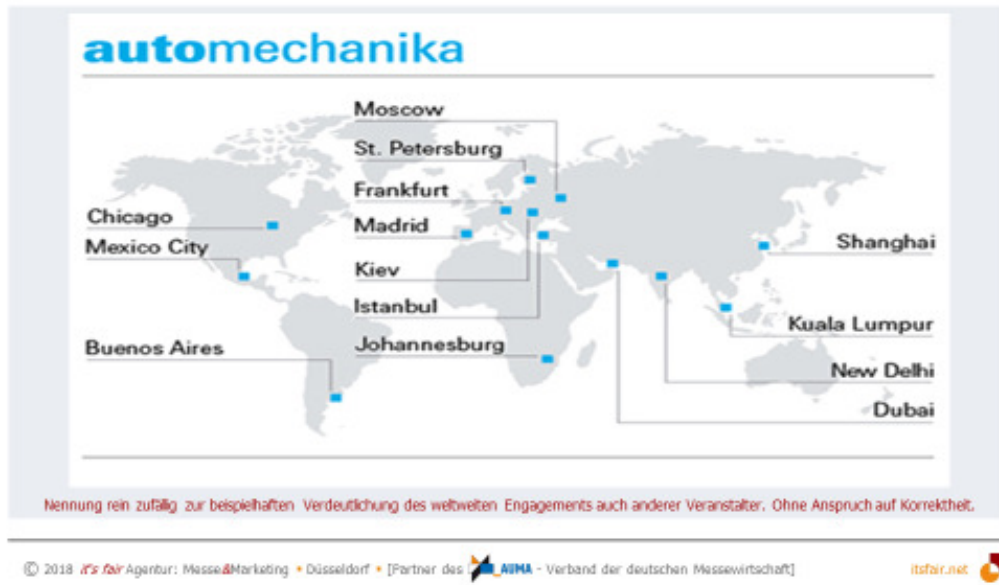
© 2018 *it's fair* Agentur: Messe&Marketing • Düsseldorf • [Partner des **ASMA** - Verband der deutschen Messewirtschaft]

itsfair.net

6

NOTIZEN

2. Ausgewähltes Ziel von Veranstaltern



7

3. Anforderungen > Persönlichkeitsprofil

Breites Spektrum an Eigenschaften und Fähigkeiten* –

- Hohe Dienstleistungsorientierung
- Aufgeschlossenheit und Flexibilität [auch bei Arbeitszeit]
- Fähigkeit zu interdisziplinärem Denken und Handeln
- Teamorientierung [sozial/kommunikativ/intersoziografisch kompetent]
- Verhandlungsgeschick und Überzeugungskraft
- Entscheidungsfreude/-stärke
- Neigung zur Perfektion
- Souveränität und Stressresistenz
- Interkulturelle Fähigkeiten //

* Ohne Anspruch auf Vollständigkeit.

8

NOTIZEN

3. Anforderungen > Fachliche Eignung [1]*

Matrix-Organisation –

- Projekt- und Fachabteilungen
- Externe Expertise

Projektteilungen [Projektmanagement] –

- Federführung und Verantwortung für Projektrealisierung
- Branchen- und Marktkenntnis
- Messebeiräte //

* Ohne Anspruch auf Vollständigkeit.

3. Anforderungen > Fachliche Eignung [2]*

Fachabteilungen [Unterstützung des Messeprojekts] –

- Beraten und umsetzen
- Marketing/Werbung, Vertrieb/Akquisition, Presse/PR, Logistik, Verkehrsmanagement, Sicherheit/Brandschutz, Projektetat/Finanzen, u.a.

Stabsabteilungen –

- Unternehmenssteuerung, Verwaltung, Personal
- Bau/Unterhaltung/Liegenschaften [Facility Management]
- Kommunikation/Presse, Öffentlichkeitsarbeit, Protokoll
- Services, Gastronomie/Catering, Zimmerreservierung //

* Ohne Anspruch auf Vollständigkeit.

NOTIZEN

4. Berufsbilder und Einsatzgebiete [1]

Anspruchsvolle Aufgaben im internationalen Umfeld* –

- Projektrealisierung [Messen/Ausstellungen]
- Organisation, Beschaffung, externe Dienstleister, Sprachen
- Event Services [Logistik, Sicherheit, Verkehrsmanagement]
- Technik [Betriebsmittel, Hallenmeister, Werkstatt, Standbau]
- Marketing, Werbung, Vertrieb, Verkaufsförderung
- Presse-/Öffentlichkeitsarbeit, Public Relations, Protokoll
- Geschäftsentwicklung, Marktforschung
- Verwaltung [Personal, Finanzen, Recht, FM, IT] //

* Ohne Anspruch auf Vollständigkeit.

4. Berufsbilder und Einsatzgebiete [2]

Arbeitsschwerpunkte im Projektmanagement > Veranstalter * –

- Strategisch-konzeptionell [inhaltliche Konzept- bzw. Weiterentwicklung einer Veranstaltung]
- Kommunikation mit Kunden, Dienstleistern, Kollegen
- Abstimmung mit Verbänden, Wirtschaftsförderung etc. [national/international]
- Operative Organisation und Abstimmung [auch Stadt/Land]
- Vertriebssteuerung [Aussteller- und Besucherakquisition]
- Budgetplanung und -einsatzkontrolle, Erfolgskontrolle
- Teamführung //

* Ohne Anspruch auf Vollständigkeit.

NOTIZEN

4. Berufsbilder und Einsatzgebiete [3]

Arbeitsschwerpunkte im Projektmanagement > Aussteller * –

- Messe als Teil der Gesamt-Marketing-Strategie [Marketing-Mix]
- Einbindung und Koordination aller relevanten Abteilungen
- Festlegung der Teilnahmeziele [quantitativ, qualitativ, regional]
- Auswahl der geeigneten Messen zur Zielerreichung
- Selektion der Exponate [Gesamt-/Teilsortiment, Neuheiten]
- Planung des Auftritts [Stand, Design, Bereiche, Personal]
- Werbung, Einladungen an Zielgruppe, Pressearbeit
- Standbesetzung zur Messe [Gespräche, Kontakte, Gastgeber]
- Nacharbeit und Kontaktpflege zwecks Geschäftsabschluss
- Follow-Up und Erkenntnisse für die Zukunft //

* Ohne Anspruch auf Vollständigkeit.

4. Berufsbilder und Einsatzgebiete [4]

Mögliche Arbeitgeber im internationalen Umfeld * –

- Messengesellschaften [im Inland und Ausland]
- Messeveranstalter [im Inland und Ausland]
- Unternehmen und Konzerne mit eigener Messeabteilung
- Kongresszentren
- Messezulieferer/-serviceunternehmen
- Standbauer/-designer/-architekten
- Event- und Veranstaltungsagenturen //

* Ohne Anspruch auf Vollständigkeit.

NOTIZEN

4. Berufsbilder und Einsatzgebiete [5]

Verdienstmöglichkeiten * –

- Unterschiedlich, in der Regel solide
- Gute Entwicklungsperspektiven gemäß Eignung
- Leistungskomponenten, z.B. nach Betriebsergebnis und/oder persönlicher Zielvereinbarung
- Zusatzversorgung bei Rente/Versicherung [bei dt. Messegesellschaften]
- Arbeitsplatzsicherheit ist relativ hoch //

* Ohne Anspruch auf Vollständigkeit.

Nach der Messe ist vor der Messe!



NOTIZEN

5. Ausbildung und Studium [1]

Ausbildung bei einer/m Messegesellschaft / Messeveranstalter * –

- Kauffrau/Kaufmann für Büromanagement >
Bürowirtschaft, Rechnungswesen, IT, Wirtschafts- & Soziallehre u.a.
- Veranstaltungskauffrau/-kaufmann >
Marketing, Wirtschaft, Beschaffung, Buchführung, Org.-lehre u.a.
- Fachinformatiker/-in für Systemintegration >
Netzwerktechnik, Programmierung, Betrieb & B-umfeld, Englisch u.a.

Generell gilt bei diesen Ausbildungsgängen >

- Dauer: jeweils drei Jahre
- Abwechselnder Einsatz in Unternehmensabteilungen und externem Block- bzw. Teilzeitunterricht //

* Beispiele ohne Anspruch auf Vollständigkeit.

5. Ausbildung und Studium [2]

Duales Studium als Verbindung von Studium & Ausbildung * –

- BWL-Fachrichtung **Medien- und Kommunikationswirtschaft** >
 - Vermittelt theoretische Inhalte gekoppelt mit direkter praktischer Umsetzung im Betrieb inkl. „Azubi-Projekte“
 - Mehrere Abteilungen werden durchlaufen, z.B. Presse, Marketing-kommunikation, Messeprojekte
- Fachrichtung **Messe-, Kongress- und Eventmanagement** >
 - Vermittelt theoretische Inhalte gekoppelt mit direkter praktischer Umsetzung im Betrieb
 - Mehrere Abteilungen werden durchlaufen, z.B. Personal, Finanzen, Veranstaltungsorganisation [Messen], Einkauf
- Abschluss: Staatlich anerkannter **Bachelor of Arts [B.A.] //**

* In Verbindung mit DHBW/Ravensburg; als Beispiel ohne Anspruch auf Vollständigkeit.

NOTIZEN

5. Ausbildung und Studium [3]

Duales Studium als Verbindung von Studium & Ausbildung * –

- **Wirtschaftsinformatik** mit Fachrichtung „Application Management“ >
 - Vermittelt theoretische Inhalte gekoppelt mit direkter praktischer Umsetzung im Betrieb
 - Mehrere IT-Abteilungen werden durchlaufen sowie Mitarbeit an Projekten
- Abschluss: Staatlich anerkannter *Bachelor of Science* [B.Sc.] //

* In Verbindung mit DHBW/Ravensburg; als Beispiel ohne Anspruch auf Vollständigkeit.

5. Ausbildung und Studium [4]

Duales Studium als Verbindung von Studium & Ausbildung * –

- **Generell gilt** beim dualen Studium >
 - Dauer: jeweils sechs Semester / drei Jahre
 - Dreimonatige Theoriephasen abwechselnd mit Praxisphasen
 - Monatliche Vergütung nach Ausbildungsvertrag
 - Gute Perspektiven: Neben theoretischen Kenntnissen konkrete Praxiserfahrung //

* In Verbindung mit DHBW/Ravensburg; als Beispiel ohne Anspruch auf Vollständigkeit.

NOTIZEN

5. Ausbildung und Studium [5]

Hochschulstudium * –

- Studienschwerpunkt wählbar für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften nach Vordiplom >
 - Universität Köln – Institut für Messewirtschaft und Distributionsforschung *
- Trainee als Einstieg für Universitätsabsolventen

Weiterbildung * –

- Veranstaltungsfachwirt [IHK bzw. Fernstudium] *
 - Plant, steuert und führt Events durch – national/international
 - Dauer 18 Monate, Abschluss: Staatlich geprüfter V-fach.-Wirt //

* Als Beispiel ohne Anspruch auf Vollständigkeit.

6. Berufsrelevante Trends im Messewesen

Zukunft: Trends für das Ausbildungs- und Arbeitsumfeld * –

- Globalisierung > Interkulturelle Offenheit und Kompetenz
- Neue Medien > Werden Messen nicht ersetzen
- Wissensbasierte Gesellschaft > Messen als Drehpunkte für Wissensmanagement
- Veranstalter als Kommunikationsdienstleister > Zunehmend qualifiziertes Denken und Handeln
- Nutzung der Multifunktionalität von Messen > Weitgehende Kompetenz in Auftreten und Wirkung //

* Ohne Anspruch auf Vollständigkeit.

NOTIZEN

Herzlichen Dank



Viel Erfolg!

*Fragen?
Anregungen?
Kritik?*

Kontakt

Hans-Jörg Klecha

Mail: Hans-Joerg.Klecha@itsfair.net

Telefon: +49 • (0)211 • 929 2464

NOTIZEN