

75 Prozent Frauen

Ray Bloom, Initiator und Chairman der internationalen MICE-Messe IMEX, die vom 26. bis zum 28. Mai 2009 in Frankfurt am Main stattfindet, über die Ursprünge der Messe, über zu erwartende Aussteller- und Besucherzahlen, über politische Lobbyarbeit sowie die Bedeutung von „Green Meetings“, also umweltfreundlichen Tagungen.

mep: Herr Bloom, wie sind Sie auf die Idee gekommen, die IMEX ins Leben zu rufen?

BLOOM: Nach einer beruflichen Laufbahn in der Automobil- und Hotelbranche, begann ich in den Achtzigerjahren in der Messebranche zu arbeiten. 1987 rief ich in der Schweiz die European Incentive, Business Travel and Meetings Exhibition (EIBTM) ins Leben und gleichzeitig das erste Hosted Buyer-Programm, bei dem Einkäufer als Gäste der Ausstellungsorganisatoren reisen und übernachten. 1997 wurde die Messe an Reed Exhibitions verkauft.

Nach dem Verkauf der EIBTM entdeckte ich eine Marktlücke, insbesondere in Deutschland, für eine wirklich weltweite auf Tagungs- und Geschäftsreisen zugeschnittene Messe. Obwohl Deutschland zusammen mit dem Vereinigten Königreich den größten Markt in Europa für Tagungs- und Incentive-Reisen ins Ausland besitzt, gab es damals keine entsprechende internationale Messe im Land. Ich spürte, dass Frankfurt der ideale Ort, die ideale Stadt war, um

einen wirklich globalen Event zu organisieren – wegen der Vorzüge der Stadt und der Stärke des deutschen Auslandsreisemarktes.

Die Notwendigkeit einer solchen Messe bestand darin, sowohl Einkäufern als auch Anbietern bessere Möglichkeiten für Geschäftskontakte zu bieten. Deswegen begann ich 2001, die IMEX ins Leben zu rufen, die erste Messe fand 2003 statt. Die Messe bietet eine einmalige Kombination von Tausenden von Hosted Buyers aus aller Welt und Tausenden von Einkäufern aus dem deutschen Tagungsmarkt.

mep: Wie viele Aussteller und Besucher erwarten Sie bei der IMEX 2009?

BLOOM: Über 3.600 Hosted Buyers aus fast 60 Weltmärkten nahmen 2008 an der IMEX teil, bei einer Gesamtbesucherdahl von 8.751 Personen. Zudem stellten letztes Jahr 3.500 Unternehmen aus, die 150 Länder repräsentierten. Trotz der aktuellen weltwirtschaftlichen Situation erwarten wir, dass diese Zahlen 2009 steigen werden,

denn wir haben eine Reihe von Initiativen eingeführt und konzentrieren uns weiterhin darauf, herausragende Geschäftsmöglichkeiten zu bieten.

Neue Aussteller haben sich bereits zur IMEX 2009 angemeldet wie zum Beispiel Tiara Hotels, Portugal; Welcome Swiss sowie das Anchorage Convention and Visitors Bureau. Greater Boston und Meeting Matrix gehören zu den Ausstellern, die zur IMEX zurückkehren.

In den letzten zwei Jahren hat sich die IMEX kontinuierlich darauf konzentriert, ihr Netzwerk von „Vermittlungspartnern“ auszubauen, die Hosted Buyers aus aller Welt sowie aus wichtigen europäischen Märkten einladen, die Messe zu besuchen. 2009 hat die IMEX neue Partnerschaften mit Vermittlern aus Asien, den USA, Australien, Russland, Chile, Dubai, Europa und Südafrika eingerichtet.

mep: Welche Events und Seminare werden während der IMEX 2009 stattfinden?

BLOOM: Um unsere Kampagne für die deutschen Besucher zu vervollständigen, werden insgesamt 15 vom German Convention Bureau (GCB) veranstaltete deutschsprachige Seminare durchgeführt. Außerdem werden im IMEX Professional Development und Innovation Pa-

villion (PDIP) deutschsprachige Workshops durchgeführt, die die speziellen Themen des deutschen Marktes ansprechen und sich auf das Thema „Innovation“ fokussieren.

Die Seminarthemen umfassen: „Kleines Budget – große Effizienz“; „Neue Catering-Konzepte“, „Corporate Social Responsibility im Marketing“, „Kreativität und Innovation und der Einfluss von aktuellen Trends auf das Live-Marketing“. Spezielle Lehrveranstaltungen für Geschäftsreisorganisatoren werden sich unter anderem mit dem Thema befassen, wie man für Nachhaltigkeit bei Geschäftsreisen und im Prozess des Reisemanagements sorgt.

Der Branchen-Zukunftsexperte und Strategieberater Rohit Talwar wird verschiedene Veranstaltungen durchführen: Ein Beispiel liefert sein Thema „Entfesselte Innovation – Weltklasse-Events für ein kleines Budget liefern!“. Er wird beschreiben, wie der weltweite Abschwung jeden Wirtschaftszweig beeinträchtigen und Konferenzen, Meetings, Ausstellungen und Events auf dem gesamten Globus beeinflussen wird.

Er wird das Verlangen des Marktes nach praktischen Lösungen untersuchen sowie nach einem größeren Return on



Ray Bloom (rechts) und Walter Foletti, Academy Award Winner

Investment für Veranstaltungsteilnehmer, während gleichzeitig Kosten niedriger gehalten werden müssen. Er wird außerdem einen Blick darauf werfen, wie man für anhaltende Mitarbeitermotivation sorgt und wie man sich eine Bandbreite von kostenlosen, hochwirksamen Online- und Offline-Marketinglösungen zunutze macht.

mep: Was ist das „Politiker-Forum“ und das „Frauen-Forum“?

BLOOM: Das „Politiker-Forum“ wurde ins Leben gerufen, um die Branche dabei zu unterstützen, ihr Profil zu schärfen und größeren politischen Einfluss zu erlangen. Auf diese Weise wollen wir zur Aufklärung der Politiker über die Besonderheiten der Branche – im Unterschied zum Tourismussektor – beitragen sowie über den konkreten ökonomischen und weniger konkreten (aber nicht weniger wichtigen) sozialen Einfluss von Tagungen und Events für eine

Destination. Außerdem wollen wir den Politikern zeigen, wie sie die Branche an ihrer Destination positiv beeinflussen können, um ihren wirtschaftlichen Erfolg zu vergrößern.

Das erste Forum während der IMEX 2003 versuchte Mitglieder des Europaparlaments sowie Politiker der wichtigsten europäischen Destinationen – Großbritannien, Frankreich, Brüssel, Österreich, Deutschland und so weiter – anzuziehen. Es versammelte um die zwanzig Politiker und dreißig Führungskräfte der Branche. Die Debatte kreiste um die Frage, wie die Branche von der erweiterten Europäischen Union profitieren könne.

Das Frauen-Forum bietet berufliche Fortbildung und Training an – speziell auf die Bedürfnisse von Frauen in der Tagungsbranche zugeschnitten. Seine Veranstaltungen sind nach wie vor enorm beliebt, was nicht zuletzt in der Tatsache begründet ist, dass 75 Prozent der Arbeitskräf-

te der Tagungsbranche weiblich sind.

Das diesjährige Forum wird Veranstaltungen zu Themen umfassen wie „Wie man sich in Vorstellungsgesprächen und im Beruf präsentiert“ oder „Wie man ein effektives Mitarbeiter-Team anwirbt und zusammenhält“.

mep: Wie wichtig sind „Green Meetings – umweltfreundliche Tagungen und Kongresse“ für die internationale Tagungsbranche?

BLOOM: Sie sind überlebenswichtig. Neueste Ergebnisse der IMEX-Studie zur globalen Erwärmung und zum Geschäftsreise-Sektor zeigen, dass unter

den Organisatoren von Konferenzen und Incentive-Reisen nur noch wenig Zweifel besteht über die Wichtigkeit verantwortungsbewussten Handelns gegenüber der Umwelt. Während manche sagen, dass die momentane weltweite wirtschaftliche Unsicherheit den Fortschritt verlangsamen wird, argumentieren andere, dass die Tagungsbranche zweifellos zu reisebedingten Emissionen beiträgt und dass es deswegen entscheidend und unvermeidlich ist zu handeln. 79 Prozent aller internationalen Befragungsteilnehmer gaben an, sie würden ganz bewusst Destinationen vermeiden, deren schlechte Umweltbilanz bekannt sei – ein Anstieg um sechs Prozent gegenüber letztem Jahr.

NO PROBLAIM
Aufblasbare Werbeträger
www.noproblaim.at

enorm
Osterhase ca. 5 m

Auffallende Werbung in überdimensionaler Form und Format. Aufblasbar und UNÜBERSEHBAR! Für jede Veranstaltung!
www.noproblaim.at

riesig • unübersehbar • innovativ • aufblasbar
info@noproblaim.at • Tel +43 (0)2262 64 65 00