



Orientierung und Begriffe

**Einführung & Grundlagen im
Basiscurriculum MESSE**



LERNZIEL

ORIENTIERUNG ÜBER BEGRIFFLICHKEITEN

In diesem Modul erfahren wir mehr über die im Messewesen verwendeten Begrifflichkeiten und verbessern die Orientierung innerhalb der verschiedenen Typologien, Modelle und Formate.

LEGENDE



Übung



Merksatz



Vertiefung



Typologien

Im ersten Kapitel beschäftigen wir uns mit Typologien im Messewesen, also mit den verschiedenen Arten von Messen – auch mit Hybriden und Sonderfällen.





Rufe die Website von [Swissfairs](#) auf, wähle aus den grossen Messeplätzen Basel, Bern, Luzern, St.Gallen oder Zürich einen aus und kategorisiere die dort stattfindenden Messen nach der hier vorgestellten Typologie.

ÜBUNG_ Messearten

B2B_

Fachmessen

B2C_

Publikummessen

Fachmessen (B2B)

Fachmessen sind Messen, die sich ausschliesslich an Personen richten, deren Besuch aus beruflichen/geschäftlichen Gründen erfolgt (Geschäftskunden).



Auf der Website von [Expodatabase](#) findet sich eines der grössten internationalen Messeverzeichnisse.

Fachmessen (B2B)

vertikal

Vollumfängliche Branchenabbildung

Beispiele aus der Schweiz:

- Igeho Basel (Hotellerie/Gastronomie)
- Suisse Tier Luzern (Nutztierhaltung)
- Agrama Bern (Landmaschinen)

Auf vertikalen Fachmessen trifft man auf eine eher homogene Branchen-Community.

horizontal

Branchenübergreifende Themenabbildung

Beispiele aus der Schweiz:

- Sindex Bern (Automatisierung)
- Swisstech Basel (Zulieferindustrie)
- AM Expo Luzern (additive Fertigung)

Auf horizontalen Fachmessen treffen sich Fachbesucher mit Interesse an einem Fachthema.



Messeportrait »Igeho«

als Beispiel einer vertikalen Fachmesse

Die Igeho (alle 2 Jahre im Herbst in Basel) gilt als bedeutendste »Internationale Fachmesse für Hotellerie, Gastronomie, Take-away und Care-Institutionen« in der Schweiz.

Igeho



VIDEO: Messeportrait »Igeho«

als Beispiel einer vertikalen Fachmesse



Messeportrait »Igeho«

als Beispiel einer vertikalen Fachmesse

Daten und Fakten (2019)

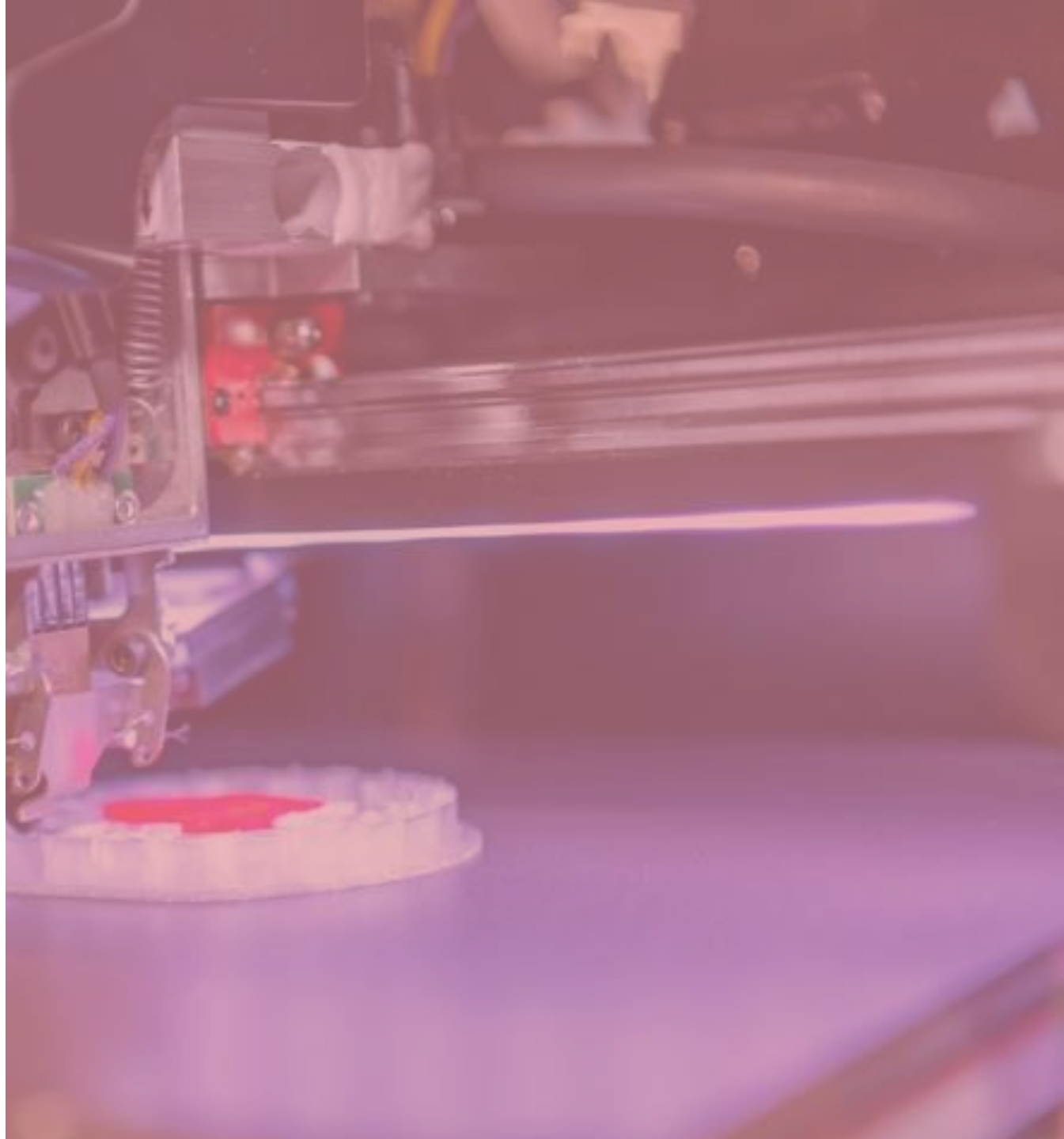
- _ **Ausstellungsfläche: 70.000 qm**
- _ **Besucher: 70.000**
- _ **Aussteller: 750**
- _ **98% Weiterempfehlungsquote**
- _ **88% Bestnoten von Ausstellern**
- _ **80% Bestnoten von Besuchern**
- _ **22% Erstbesucher**



Messeportrait » AM Expo«

als Beispiel einer horizontalen
Fachmesse

Die AM Expo (jährlich im Frühjahr
in Luzern) gilt als bedeutendste
»Fachmesse für additive
Fertigung« in der Schweiz.





VIDEO: Messeportrait » AM Expo«

als Beispiel einer horizontalen Fachmesse





Messeportrait »AM Expo«

als Beispiel einer vertikalen Fachmesse

Daten und Fakten (2019)

- _ Besucher: 2.300
- _ Aussteller: 130
- _ 8 Fokusthemen
- _ 48 Expertenvorträge

ÜBUNG

Publikummessen (B2C)_

Publikummessen sind Messen, die sich an den privaten Konsumenten richten, deren Besuch aus privaten Gründen erfolgt (Privatkunden).



Gehe zur Website von [Swissfairs](#) und finde die drei besucherstärksten Publikummessen der Schweiz.

Publikummessen (B2C)

allgemein

Universal- oder Mehrbranchen-Messen

Beispiele aus der Schweiz:

- **olma (St. Gallen)**
- **BEA (Bern)**
- **LUGA (Luzern)**

Auf allgemeinen Publikumsmessen spielt der direkte Verkauf von Waren und Dienstleistungen eine wichtige Rolle.

Special-Interest

Für Konsumenten mit spezifischem Interesse.

Beispiele aus der Schweiz:

- **Swissmoto Zürich (Motorräder)**
- **Suisse Caravan Salon Bern (Camping/Caravan)**
- **Swiss Handicap Luzern (f. beeinträchtigte Menschen)**

Auf Special-Interest-Publikummessen informieren sich Privatkunden über spezifische Themen. Auch hier spielt der direkte Verkauf eine wichtige Rolle – wenngleich das Treffen Gleichgesinnter oft ebenso wichtig ist.

Special-Interest- Publikummessen

Special-Interest-Publikummessen lassen sich zudem noch in die Typen „interessensbezogen“ und „anlassbezogen“ unterscheiden.

Special-Interest- Publikummessen interessenbezogen

Interessensbezogene SI-Messen werden meist wegen eines Hobbys (z.B. Motorrad, Wassersport) oder eines besonderen Schicksals (z.B. chronische Diagnose, Einschränkung) besucht.

Special-Interest- Publikummessen anlassbezogen

Anlassbezogene SI-Messen werden meist wegen eines einmaligen, jedenfalls nicht dauerhaften Ereignisses (z.B. Hausbau, Hochzeit, Kinderwunsch) besucht.

The background image shows a public square in St. Gallen, Switzerland, during the Olma festival. Two large Swiss flags are prominently displayed in the foreground. In the background, a large crowd of people is gathered in a circular area, and a cow is visible in the center. The scene is set against a clear sky and traditional European architecture.

Messeportrait »Olma«

als Beispiel einer allg. Publikumsmesse

Die Olma (jährlich im Herbst in St.Gallen) gilt als grösste Schweizer Publikumsmesse.

olma



VIDEO: Messeportrait »Olma«

als Beispiel einer allg. Publikumsmesse





Messeportrait »Olma«

als Beispiel einer allg. Publikumsmesse

Daten und Fakten (2019)

- _ Gesamtfläche: 49.560 qm
- _ Besucher: 360.000
- _ Aussteller: 610

Zugelassen sind ausschliesslich
Aussteller mit Sitz in der Schweiz
oder im Fürstentum
Liechtenstein.



Messeportrait »Olma«

als Beispiel einer allg. Publikumsmesse

Am Beispiel der Olma (ähnliches gilt übrigens für die BEA in Bern und die LUGA in Luzern) zeigt sich, dass die grossen allgemeinen Publikumsmessen eine identitätsstiftende Funktion für ganze Regionen haben können.

Für die Olma gibt es gar ein „[Olmopedia](#)“, eine umfassende Online-Dokumentation über Geschichte und Bedeutung der Messe



VIDEO: Messeportrait »Olma«

als Beispiel einer allg. Publikumsmesse





Messeportrait »Giardina«

als Beispiel einer themenbezogenen SI-
Messe

Die Giardina (jährl. im Frühjahr i.
Zürich) gilt als eine der führenden
Gartenmessen weltweit.

Gi LEBEN
IM
GARTEN
ar
di
na



VIDEO: Messeportrait »Giardina«

als Beispiel einer themenbezogenen SI-Messe





Messeportrait »Giardina«

als Beispiel einer themenbezogenen SI-Messe

Daten und Fakten (2019)

- _ Gesamtfläche: 30.000 qm (netto)
- _ Besucher: 64.000
- _ Aussteller: 280

Für die Giardina 2019 wurde ein durch sie ausgelöstes Investitionsvolumen von über 300 Mio. CHF berechnet.



Messeportrait »Berufsmesse«

als Beispiel einer anlassbezogenen SI-Messe

Die Berufsmesse Thurgau (jährl. im Herbst i. Weinfelden) ist eine regionale Ausbildungsmesse.

berufsmesse
thurgau



VIDEO: Messeportrait »Berufsmesse«

als Beispiel einer anlassbezogenen SI-Messe





Messeportrait »Berufsmesse«

als Beispiel einer anlassbezogenen SI-Messe

Daten und Fakten (2019)

- _ Besucher: 8.000
- _ Gezeigte Berufe/Ausbildungen: 200

In den Räumen des integrierten BBZ gibt es erlebnisreiche Mitmachmöglichkeiten.



Ganz streng genommen, sind die meisten Messen in irgendeiner Weise Hybriden aus den vorgestellten Formaten. So finden auch auf Publikumsmessen Geschäftskontakte statt und auf den meisten Fachmessen tummeln sich auch Privatbesucher.

Hybride und Sonderfälle

Neben den genannten B2B- und B2C-Messtypen in Reinform, gibt es ein Vielfalt an Mischformen und Sonderfällen, von denen die geläufigsten hier kurz vorgestellt werden.



Diskutiert in Kleingruppen, welche der hier genannten Sonderformate Ihr kennt und was deren Vor- und Nachteile im Vergleich zu den klassischen Messen sind.

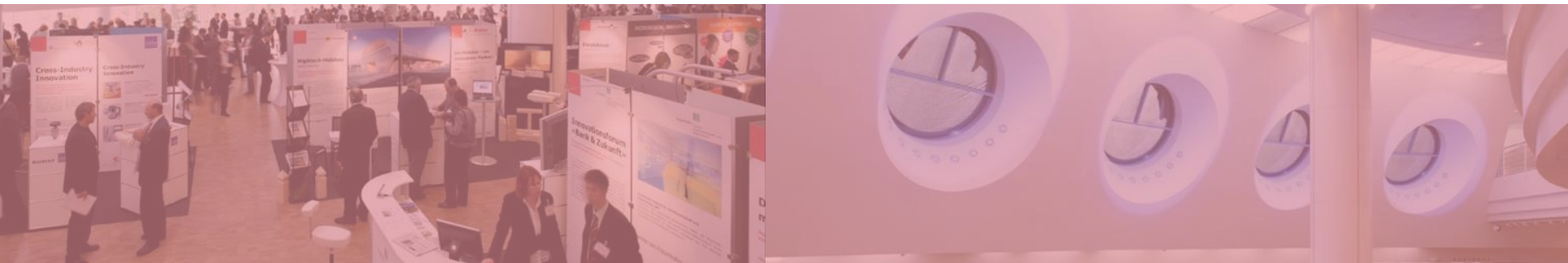
ÜBUNG

Hybride und Sonderfälle_

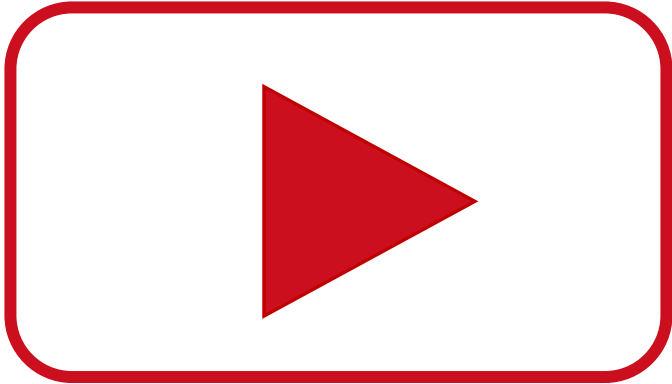
- _ **Kongressbegleitende Ausstellungen**
- _ **Hausmessen**
- _ **Leistungsschauen**
- _ **Roadshows**

Kongressbegleitende Ausstellungen

- **Begleitausstellung zu Fachkongress (im Foyer)**
- **Firmen mit Bezug zu Kongress-Fachthemen**
- **Oft beschränkte Platzverhältnisse**
- **Oft beschränkte Begegnungsmöglichkeiten (Pausen)**
- **Standgrösse und Standbau oft limitiert**



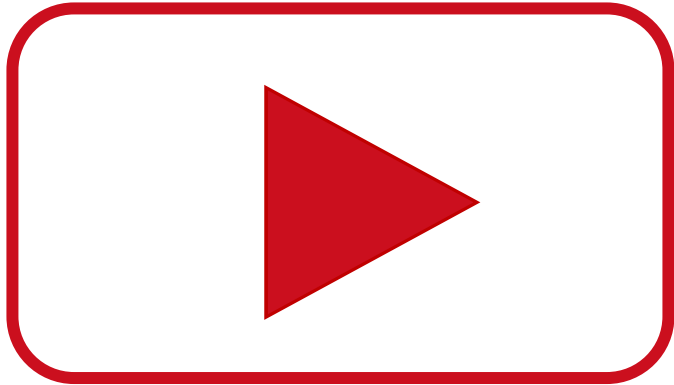
Hausmessen



- _ **Veranstaltung am Firmenstandort**
- _ **Lieferanten und Partner des Gastgebers als Aussteller**
- _ **Kunden und geladene Gäste als Besucher**
- _ **Der Hausmesse fehlt Vielfalt von Angebot u. Nachfrage**
- _ **Ausnahmepotenzial: [Hunkeler Innovation Days](#)**

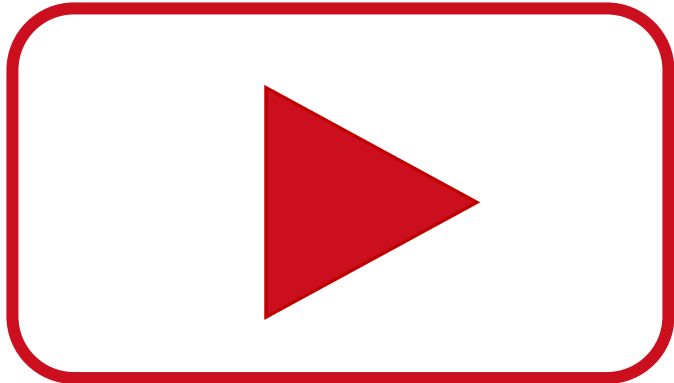
**Hier hat sich aus einer Hausmesse ein fachmesseähnliches
Formt entwickelt.**

Leistungsschauen



- **Ausstellung von Handel, Gewerbe, Industrie und Dienstleistern einer Stadt**
- **Fehlende Durchmischung von Angebots- und Nachfrageseite**
- **Wenig Impulse von aussen**

Roadshows



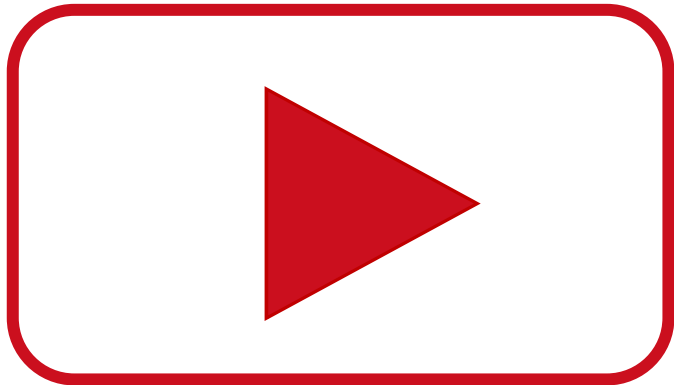
- _ **Mobile Präsentationen eines oder mehrerer Firmen an wechselnden Orten**
- _ **Meist mit Hilfe speziell präparierter Fahrzeuge oder Container**
- _ **Oft an zentralen Plätzen oder als Gast an bestehenden Anlässen**



Neue Formate

- _ **Digitalkonferenzen/Businessfestivals**
- _ **Themenfestivals**

Digitalkonferenzen/ Businessfestivals



- Meist zu Themenbereichen wie Digitalisierung, New Work und Startups
- Ausgeprägte Emotionalisierung
- Starker Fokus auf interaktiven Content

Digitalkonferenzen/ Businessfestivals

Diese Konferenzen ziehen neue, neugierige, und oftmals auch jüngere Zielgruppen an. Die thematische Ausrichtung ist oftmals recht breit angelegt und die Leistungsversprechen sind bisweilen diffus.

ÜBUNG

Digitalkonferenzen/ Businessfestivals



Sucht Euch eine Businesskonferenz aus und diskutiert, welche Besucherzielgruppen angesprochen werden.

Beispiele

- SXSW (Austin/USA)
- OMR (Hamburg/D)
- Web Summit (Lissabon/P)
- DEF (Zürich/CH)

Digitalkonferenzen/ Businessfestivals

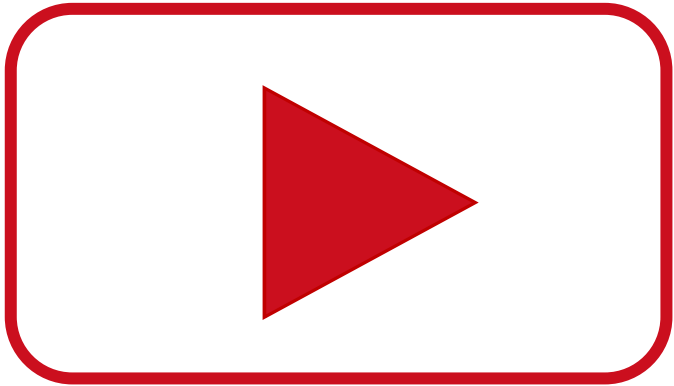
Vom Charakter her sind diese Formate den Fachmessen näher, da die Teilnehmer sie ganz überwiegend aus beruflichen Interessen besuchen.

Bisher gibt es keine Beispiele, wo solche Formate in spezialisierten Märkten mit hohem Reifegrad angewendet werden. Dies bleibt - vorerst - eine Domäne der klassischen Formate.

Themenfestivals (B2C/ C2C)

- _ Richten sich an unterschiedlichste Communities**
- _ Grenzen zwischen Party, Kulturanlass, Konferenz und Messe oftmals fließend**
- _ Opinion-Leader, Influencer und Celebrities spielen häufig eine grosse Rolle**

Themenfestivals (B2C/ C2C)



Auf Themenfestivals steht, je nach Schwerpunkt, die Interaktion von Marken und Communities (B2C), oder aber die Interaktion innerhalb der Communities (C2C) im Mittelpunkt.

ÜBUNG

Themenfestivals

Beispiele

- Glow (Berlin, Stuttgart, Wien)
- Man's World (Zürich)
- Datev Challenge (Roth/D)
- Criterion (Zürich)

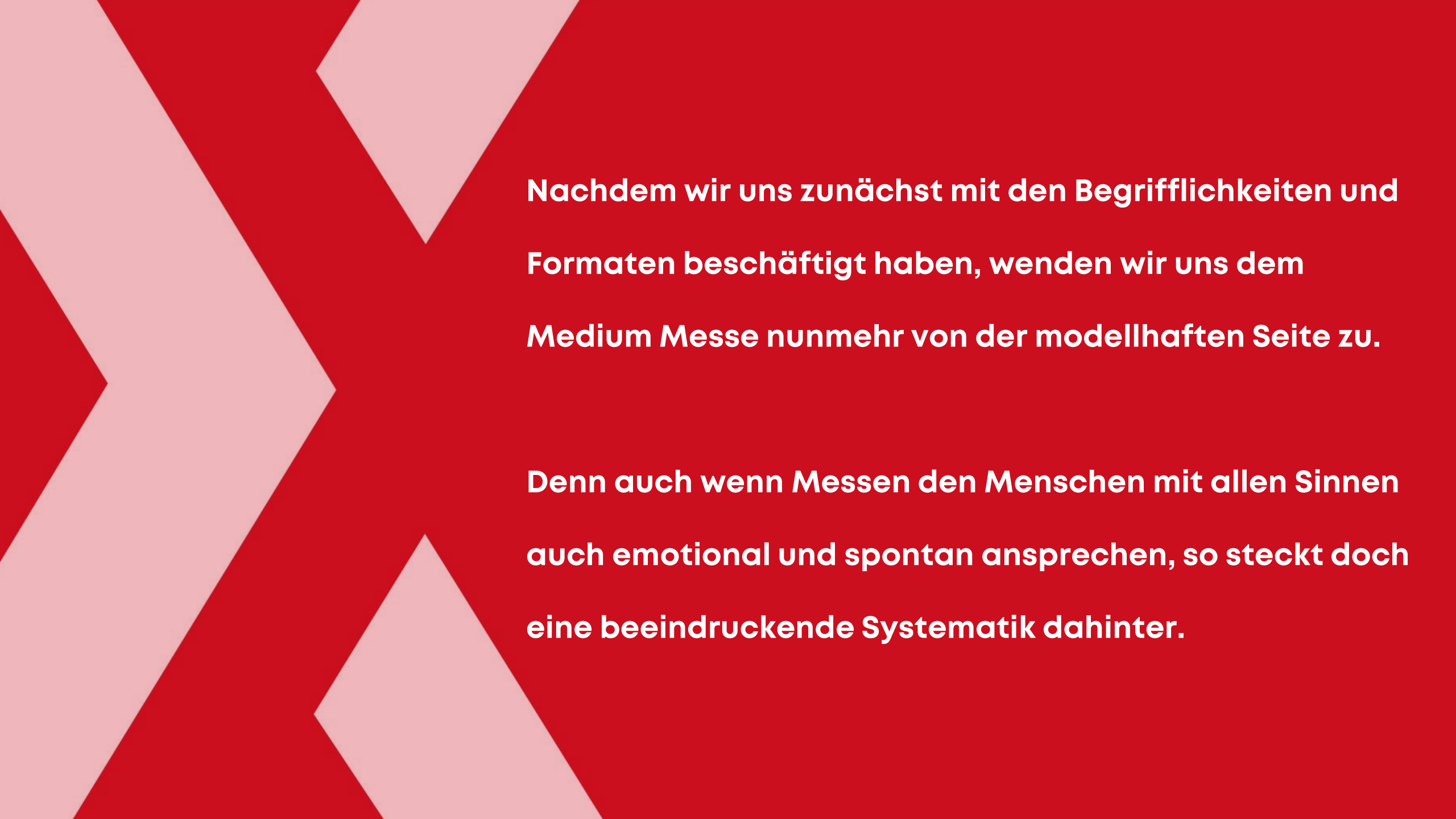


Sucht Euch eines der untenstehenden Themenfestivals aus und diskutiert, wie sie sich von klassischen Publikums- oder SI-Messen unterscheiden.

Themenfestivals (B2C/ C2C)

Bei den Themenfestivals wird sehr gut deutlich, wie wandelbar und vielfältig sich Live-Marketing-Formate zeigen.

Auch traditionellen Formaten gelingt es zunehmend, sich von ihrer Pfadabhängigkeit zu lösen und interaktive Festivalelemente zu integrieren.



Nachdem wir uns zunächst mit den Begrifflichkeiten und Formaten beschäftigt haben, wenden wir uns dem Medium Messe nunmehr von der modellhaften Seite zu.

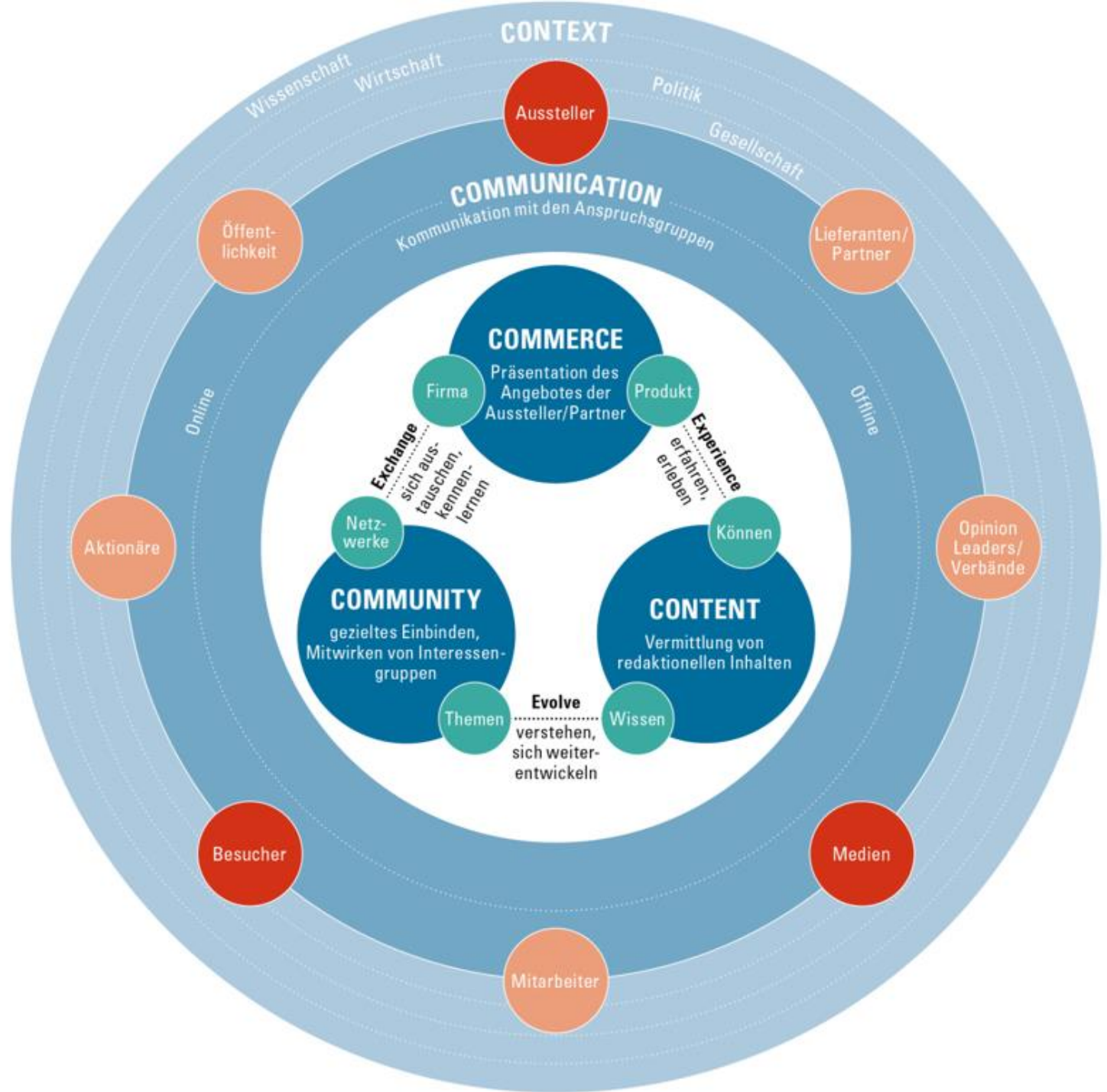
Denn auch wenn Messen den Menschen mit allen Sinnen auch emotional und spontan ansprechen, so steckt doch eine beeindruckende Systematik dahinter.

Modellhafte Beschreibung

Im zweiten Kapitel
beschäftigen wir uns mit der
modellhaften Beschreibung
des Messewesens am Beispiel
des 5C-Modells.



5C-Modell



5C-Modell der MCH Group

Das 5C-Modell wurde 2014 von der MCH Group entwickelt. Es bildet die fünf wesentlichen Dimensionen Commerce, Content, Community, Communication sowie Context modellhaft ab.

Dadurch wird deutlich, wie man im Zeitalter der Digitalisierung die Multifunktionalität von Live-Marketing-Formaten gewinnbringend und komplementär zur Online-Welt einsetzen kann.



Details zum 5C-Modell findet Ihr unter diesem [Link](#).



VIDEO: 5C-Modell



ÜBUNG

5C-Modell: Commerce



Geht auf die Website der Ornaris und findet heraus, wie dort mit dem Thema Commerce umgegangen wird. Welche Rolle spielt dabei die Verkaufsanbahnung?

- Nischen als Wachstumstreiber
- Prinzip der asymmetrischen Information schwindet
- Absatzkanal am Ende der Wertschöpfungskette vs. Dialogplattform an ihrem Beginn
- Aus reinem Lead-Management wird Beziehungsmanagement.

ÜBUNG

5C-Modell: Community



Geht auf die Website der [Swissmoto](#) und findet heraus, wie dort mit dem Thema Community umgegangen wird. Welche Rolle spielen die Besucher dabei?

- Communities verlangen nach Orchestrierung statt Manipulation
- Communities lösen konstruierte Zielgruppen ab und haben einen inneren Zusammenhalt
- Communities suchen sich Plattformen, welche die Interaktion revolutionieren
- Empfangen wird wichtiger als Senden (und das Empfangene klug interpretieren)

ÜBUNG

5C-Modell: Communication



Führt eine kurze Analyse über die Social-Media-Aktivitäten der BEA durch. Was fällt Euch bzgl. Reichweite, Inhalten und Interaktionen auf?

- Ungeteilte Aufmerksamkeit für ein Thema an einem Ort zu einer Zeit
- Darüber hinaus braucht es Nachhaltigkeit als Branded Touchpoint
- Messen generieren Kommunikation: In ihnen, über sie und mit ihnen
- Themen- und Agenda-Setting bei einem breiteren Publikum
- Schwerkraft und Bedeutung in einer fragmentierten Medienlandschaft



Führt eine Google-Suche zum Stichwort „Olma“ durch. Welchen Rolle spielt die Olma in der Öffentlichkeit (regional/schweizweit)?

ÜBUNG

5C-Modell: Context

- Messen schaffen orchestrierte Resonanz
- Vielfältige Wechselwirkungen zwischen Messen und ihrem Umfeld
- Der Context verleiht einer Messe Relevanz: DIE Messe wird zu UNSERER Messe
- Erst der Context macht aus Messehallen eine Plattform.

5C-Modell: Zusammenfassung

Die Rolle von Messen - vor allem im Rahmen des „Performance Marketing“ in einer digitalisierten Welt - geht weit über die klassische Verkaufsförderung hinaus.

- _ **Generierung und Distribution von Content,**
- _ **Orchestrierung von Communities,**
- _ **Kommunikation als bidirektionale Konversation und**
- _ **Schaffung von Relevanz im Kontext**

sind - für Veranstalter wie auch für die Audience - massgebliche Elemente einer Erfolg versprechenden Nutzung von Messen, Ausstellungen und Live-Marketing.



Glossar

Hier haben wir Begriffe aus dem
Messegewesen zusammengefasst und
erklärt.

Glossar

Typische
Begrifflichkeiten
aus dem
Messewesen

A

Akkreditierung

Spezieller Registrierungsprozess für Journalisten, die oftmals einen kostenlosen oder privilegierten Zugang zu Messen, sowie besondere Serviceleistungen erhalten.

Aufplanung

Gliederung der Ausstellungsfläche in Hallen oder auf dem Freigelände, aus der hervorgeht, welcher Stand sich an welcher Stelle befindet. Die Aufplanung berücksichtigt ausserdem Besucherströme, Fluchtwege und oftmals eine gewollte Dramaturgie innerhalb einer Messe.

Glossar

Typische
Begrifflichkeiten
aus dem
Messewesen

A

Ausstellerbefragung

Vom Veranstalter durchgeführte persönliche, schriftliche oder Online-Befragung, um Rückschlüsse auf die Zufriedenheit der Aussteller mit verschiedenen Aspekten der Messe ziehen zu können.

Ausstellerhandbuch

Verzeichnis über die vom Veranstalter zur Verfügung gestellten Dienstleistungen, meist mit Bestellmöglichkeit. Heute oft in Form eines Online-Tools, manchmal auch in gedruckter Form oder als PDF.

Glossar

Typische
Begrifflichkeiten
aus dem
Messewesen

A

Ausstellerstruktur

Gesamtheit der ausstellenden Unternehmen und Organisationen, oft gegliedert nach bestimmten Kriterien wie Lieferkette, Branchenzugehörigkeit, etc. Oft kann die Ausstellerschaft einer Messe nach verschiedenen Kriterien durchsucht werden.

Ausstellerverzeichnis

Liste der auf einer Messe vertretenen Aussteller, die digital oder gedruckt vorliegen kann. Oft ist dieses Verzeichnis um das Angebot der Aussteller ergänzt.

Glossar

Typische
Begrifflichkeiten
aus dem
Messewesen

A/B

Ausstellerzahl

Anzahl der auf einer Messe vertretenen Aussteller (meist gegliedert nach Haupt- und Mitausstellern).

Beirat

Ein Gremium, das der Veranstalter einer Messe berufen kann (meist aus Vertretern von Ausstellern, Besuchern, Politik, Wissenschaft und Verbänden), um Fragen zur weiteren Entwicklung der Messe zu diskutieren.

Glossar

Typische
Begrifflichkeiten
aus dem
Messewesen

B

Besucherbefragung

Empirische Erhebung von Daten mittels persönlicher, schriftlicher oder Online-Befragung von Besuchern, um Rückschlüsse über die Einschätzungen von Besuchern zu bestimmten Aspekten einer Messe ziehen zu können.

Besucherregistrierung

Systematische Erfassung von persönlichen und/oder Strukturdaten von Personen, die eine Messe besuchen.

Glossar

Typische
Begrifflichkeiten
aus dem
Messewesen

B

Besucherservice

Angebot an Dienstleistungen des Messeveranstalters für Besucher, insbesondere zur vorbereitenden Messeplanung, aber auch als ergänzende Dienstleistungen zum Messebesuch vor Ort.

Besucherstrukturtest

Methode zur Ermittlung der Messebesucherstruktur (wird häufig nach den Standards der FKM erhoben).

Glossar

Typische
Begrifflichkeiten
aus dem
Messewesen

B

Besucherzahl

Anzahl der tatsächlichen Eintritte von Besuchern zu einer Messe. Ein Nachweis erfolgt meist über eine manuelle Zugangskontrolle oder ein automatisiertes Einlass-System.

Bruttofläche

Gesamte durch eine Messe belegte Hallen- und Freigelände-Fläche (inkl. Sonder- und Verkehrsflächen).

Glossar

Typische
Begrifflichkeiten
aus dem
Messewesen

E

Einlass-System

System zur Verifikation der Zutrittsberechtigung von Ausstellern und Besuchern zu einer Messe (wird auch zur Zählung von Aussteller- und Besuchereintritten verwendet).

Erfolgskontrolle

Soll-Ist-Vergleich bzgl. der mit einer Messebeteiligung verfolgten Ziele (Kontaktzählung, Balanced Scorecard, Lead Management, Auswertung von Gesprächsprotokollen, etc.).

Glossar

Typische
Begrifflichkeiten
aus dem
Messegewesen

F

Fachbesucher

Besucher einer Messe, die dies aus beruflichen oder geschäftlichen Gründen tun.

FKM

Gesellschaft zur Freiwilligen Kontrolle von Messe- und Ausstellungszahlen, die vom Veranstalter gemeldete Aussteller- und Besucherzahlen nach festgelegten Kriterien prüft.

Freigelände

Nicht-überdachter Teil eines Messegeländes.

Glossar

Typische
Begrifflichkeiten
aus dem
Messegewesen

G/H/I

Gastveranstaltung

Messe eines externen Veranstalters auf einem Messegelände, das er nicht selbst betreibt.

Hauptaussteller

Aussteller, der eine unmittelbare Vertragsbeziehung zum Veranstalter einer Messe hat.

Ideeller Träger

Eine Organisation, die eine Messe mitgestaltet und/oder inhaltlich mitverantwortet, ohne jedoch unternehmerisch verantwortlich zu sein.

Glossar

Typische
Begrifflichkeiten
aus dem
Messewesen

L

Lead-Tracking

Händische oder elektronische Dokumentation von Kontakten, die auf einer Messe stattgefunden haben.

Leitmesse

Führende Messe einer Branche oder eines Themas in einem geographischen Bezugsraum (nationale Leitmesse, europäische Leitmesse, Weltleitmesse).

Live-Marketing

Marketingmassnahmen, die auf die persönliche Interaktion von Unternehmen mit ihrer Zielgruppe abzielen.

Glossar

Typische
Begrifflichkeiten
aus dem
Messewesen

M

Messestand

Bauliche Einrichtungen auf der Standfläche eines Ausstellers (ein- oder mehrgeschossig).

MICE

Abkürzung für eine Branche, die Meetings, Incentives, Conventions, Events (wobei das E gelegentlich auch für Exhibitions verwendet wird).

Mitaussteller

Unternehmen, das auf dem Stand des Hauptausstellers mit eigenem Personal und Angebot vertreten ist (mit Zustimmung des Veranstalters).

Glossar

Typische
Begrifflichkeiten
aus dem
Messewesen

N

Nachmessegeschäft

Aktivitäten und Transaktionen zwischen Ausstellern und Besuchern, die sich auf eine zurückliegende Messebeteiligung zurückführen lassen.

Nettofläche

Gesamte auf einer Messe durch Messestände belegte Fläche (ohne Sonder- und Verkehrsflächen).

Nomenklatur

Dokumentierter Angebotsbereich einer Messe. Nur Unternehmen, deren Angebot der festgelegten Nomenklatur entspricht, werden für eine Messe zugelassen.

Glossar

Typische
Begrifflichkeiten
aus dem
Messewesen

P/S

Privatbesucher

Besucher, der eine Messe aus persönlichem Interesse besucht.

Sonderschau

Bezeichnet einen Bereich einer Messe, der ein Thema ausserhalb der regulären Messestände von Ausstellern behandelt.

Standbau

Massnahmen zur baulichen und technischen Gestaltung einer Standfläche.

Glossar

Typische
Begrifflichkeiten
aus dem
Messewesen

S/T

Standfläche

Grundfläche innerhalb oder ausserhalb einer Messehalle, die der Veranstalter einem oder mehreren Ausstellern zur vertraglichen Nutzung im Rahmen einer oder mehrerer Messen zur Verfügung stellt. Meist besteht die Möglichkeit, diese Grundfläche ein- oder mehrgeschossig zu bebauen.

Teilnahmebedingungen

Geschäftsbedingungen des Veranstalters, welche die Rechten und Pflichten zwischen den Vertragspartnern (Aussteller und Veranstalter) einer Messe regeln.

Glossar

Typische
Begrifflichkeiten
aus dem
Messewesen

T/U

Turnus

Häufigkeit einer Messe (typische Turnus sind halbjährlich, jährlich, 2-, 3-, oder 4-jährlich).

Umschlagshäufigkeit

Häufigkeit der Nutzung eines gesamten Messegeländes pro Jahr.

Umwegrentabilität

Volkswirtschaftliche Effekte über den Umsatz des Messeveranstalters mit der Messe hinaus (touristische, gewerbliche, verkehrliche, Beschäftigungs- und Handelseffekte) von der Messe generiert oder induziert werden.

Glossar

Typische
Begrifflichkeiten
aus dem
Messewesen

U/V/Z

Unteraussteller

siehe -> Mitaussteller

Vertragsbestätigung

Vertragsbestätigung eines anmeldenden Unternehmens durch den Veranstalter zur endgültigen Zulassung für die Teilnahme an einer Messe (erfolgt in der Regel mit der Zuteilung des Standplatzes).

Zusätzlich vertretenes Unternehmen

Unternehmen, das ohne eigenes Personal, aber mit Gütern oder Informationen auf dem Stand eines Hauptausstellers vertreten ist.

SEKUNDÄREFFEKTE VON MESSEN

Messeplätze und -veranstalter erwirtschaften nicht nur die direkten Umsätze, die sie mit ihren Ausstellern und Besuchern erzielen. Sie lösen darüber hinaus eine Vielzahl sog. „**Sekundäreffekte**“, etwa Reise-, Übernachtungs- und Verpflegungskosten der Aussteller und Besucher, oder auch Investitionen in Standbau oder Kommunikation der Aussteller, aus.

Zahlreiche Expertenstudien gehen davon aus, dass diese sog. „**Umwegrentabilität**“ die Umsatzerlöse eines Messeplatzes um den Faktor 6 bis 10 übersteigt.

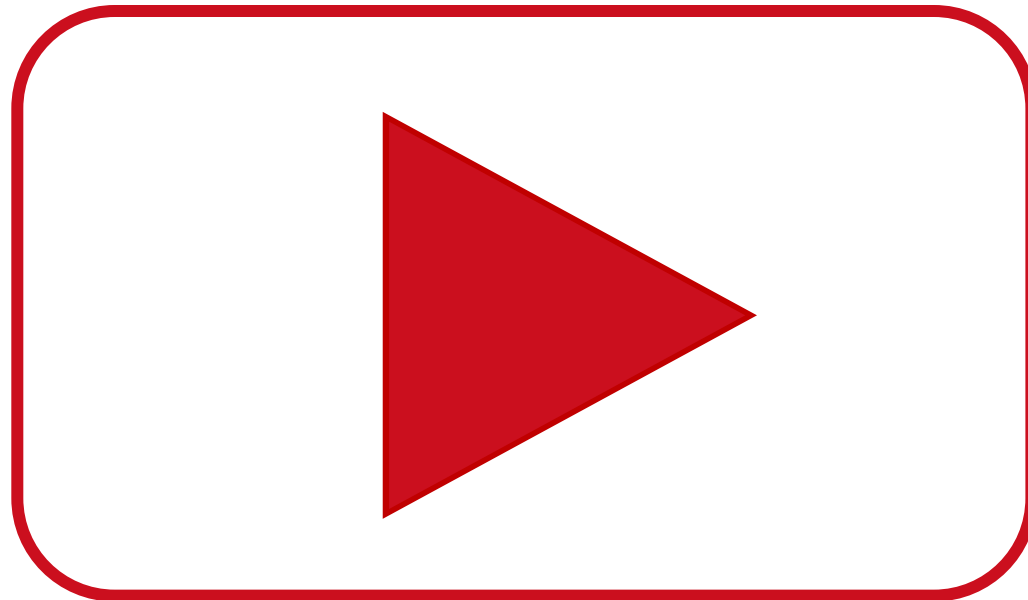


Das Messewesen in der Schweiz sorgte 2017 für volkswirtschaftliche Sekundäreffekte in Höhe von ungefähr 7 Mrd. CHF.

WEGA – Die Thurgauer Messe

Publikumsmesse (jährlich im Herbst)

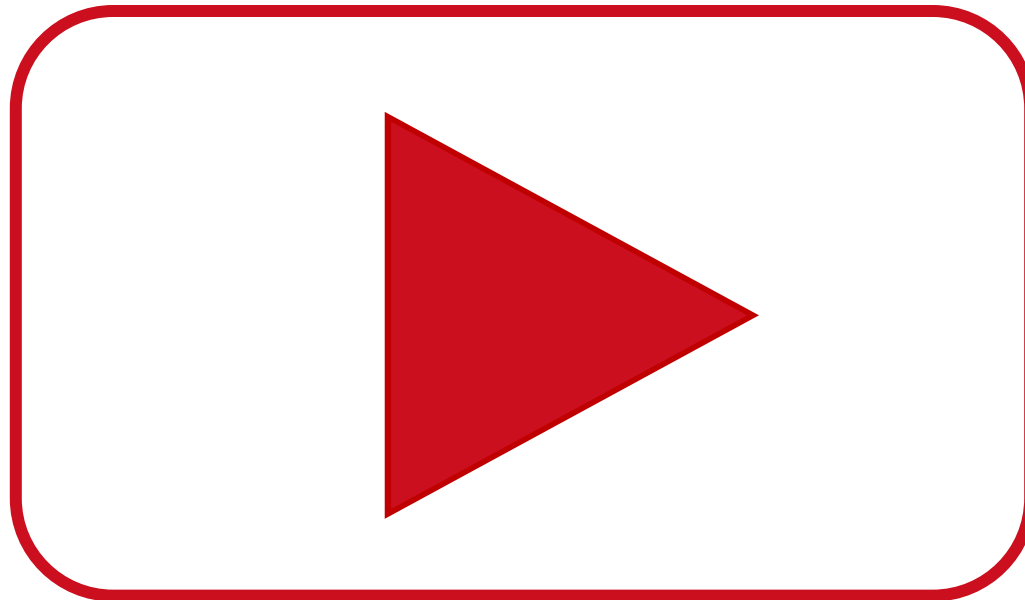
Weinfelden (TG)



Forstmesse – Treffpunkt der Holz- und Waldwirtschaft

Fachmesse (2-jährlich im Sommer)

Luzern (LU)



IMMO Messe – für Immobilien, Bau und Renovation

SI-Messe (jährlich im Frühjahr)

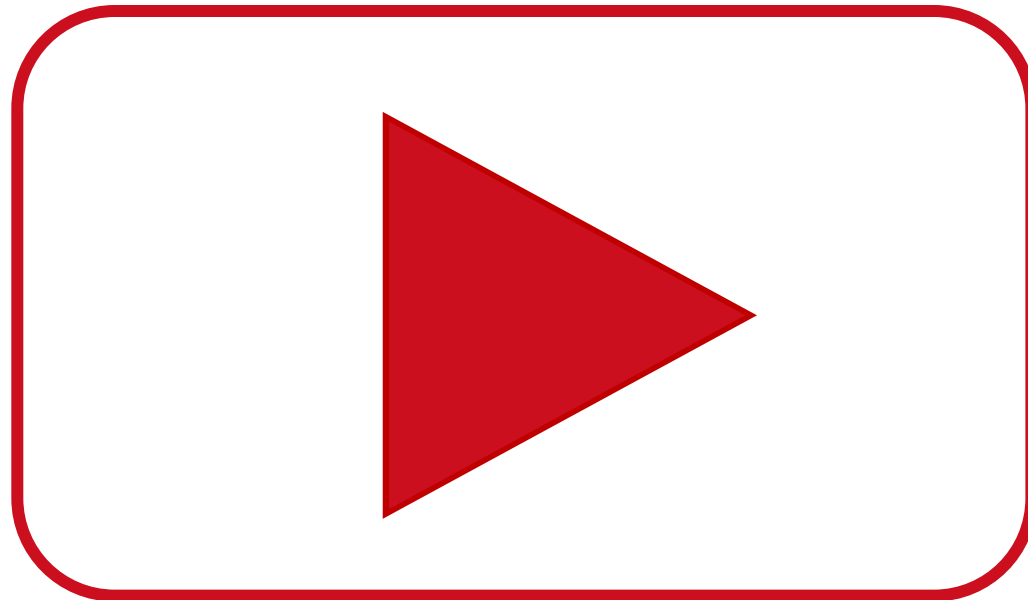
St. Gallen (SG)



Grenzenlos – die Ferienmesse

SI-Messe (jährlich im Winter)

St. Gallen (SG)



Expovina Primavera – die Frühlingsweinmesse

SI-Messe (jährlich im Frühling)

St. Gallen (SG)





FAQ: Häufige Fragen zum Messewesen

*Hier schlage ich vor, dass wir auf
eine Website verlinken.*