

# PROFIL

GESAMT-  
AUFLAGE  
40.000

DIE STELLENBÖRSE FÜR HOTELLERIE, GASTRONOMIE UND TOURISMUS  
LA BOURSE DE L'EMPLOI POUR LA RESTAURATION, L'HÔTELLERIE ET LE TOURISME

EIN GEMEINSCHAFTSPROJEKT  
VON

htr **hotelrevue**

**HOTELLERIE  
GASTRONOMIE ZEITUNG**

www.stellenPROFIL.ch

Nr. 44 · 29. Oktober 2015

AUS- UND WEITERBILDUNG ..... DIREKTION/KADERSTELLEN ..... DEUTSCHE SCHWEIZ ..... SUISSE ROMANDE  
SVIZZERA ITALIANA ..... INTERNATIONAL ..... STELLENGESUCHE ..... IMMOBILIEN



THEMENBILD: KEYSTONE

## MEHR AUS MESSEN UND EVENTS MACHEN

In der Schweiz stehen rund 700.000 m<sup>2</sup> Ausstellungsfläche bereit und diese Flächen wachsen weiter. Auf Messen gilt es, die Aufmerksamkeit der Besucher durch Standlage und -gestaltung zu gewinnen und sie durch Beratungsleistung zu überzeugen. Testbesuche, Beobachtung von Kundenströmen und Interaktionspunkten sowie die Messung der emotionalen Reaktionen während des Messebesuchs ergänzen die Besucherbefragung. Schätzungen gehen davon aus, dass der Anteil am Kommunikationsbudget der Unternehmen für Messeauftritte zwischen 35 und 40 % liegt! Messen und Veranstaltungen haben den Angriff der neuen Medien auf das Budget mit Bravour bestanden. Das Zusammenspiel der elektronischen Medien mit der physischen Präsenz von Unternehmen an Messen ist eine wunderbare Symbiose.

### Wie die Auftrittqualität messen?

Entscheidend für den Erfolg von Live-Auftritten ist die Beratungs- und Verkaufsleistung. Für die Kontrolle dieser Faktoren werden Mystery Visits und Befragungen eingesetzt. Speziell geschulte Personen treten als Interessenten auf und beurteilen die Qualität des Auftritts, der Freundlichkeit, Kompetenz und Beratungsqualität. Mittels neutraler Beobachtung der Kunden und der Aufzeichnung der «Touchpoints» werden typische Kundenwege und -interaktionen analysiert. Mit der Ausrüstung von Testbesuchern mit einem Armband zur Messung der Hautleitfähigkeit wird untersucht, welches die aktuelle Spannungskurve eines Messebesuches ist.

### Ernüchternde Realität?

Eine Untersuchung an einer Reismesse bringt dazu ernüchternde Ergebnisse. Mithilfe von Mystery Checks wurden «Hardfacts» wie z.B. Übersichtlichkeit und Botschaft und «Softfacts» wie z. B. Wartezeit, Gesprächsführung und Kompetenz getestet. Die Resultate sind aufschlussreich und überraschen. So ist z. B. die Grösse des Standes kein entscheidender Faktor für Attraktivität. Negativ ist, dass Schlüsselsituationen wie eine freundliche Begrüssung oder eine professionelle Verabschiedung nicht von allen Standteams beherrscht werden. Häufig enttäuschend sind Follow-up-Leistungen. Bei einem Test an einer Medizinalmesse haben 41 % der getesteten 100 Aussteller keine Informationen nachgesendet. Bei einer Fachmesse im Maschinenbau haben nur gerade 10 % der Unternehmen, die Informationen versandt haben, telefonisch nachgefasst!

Mystery Checks und Erforschung des Besucherverhaltens sind für Unternehmen, deren Planung nicht bei der Standkonzeption aufhört, ein Muss, um eine Messe optimal vorzubereiten. So werden in Zukunft die Investitionen für Veranstaltungen und Messen die Unternehmensergebnisse spürbar verbessern.



Rolf Peter Pfaff  
Inhaber pfaffconsulting GmbH  
www.pfaffconsulting.ch

ZITAT  
DER WOCHE

«Ein frei denkender  
Mensch bleibt nicht da  
stehen, wo der Zufall  
ihn hinstösst»

Heinrich von Kleist, deutscher Lyriker (1777–1811)

AGENDA

### 3. NOVEMBER

«Ganzheitliche Sicherheit in der Hotellerie»,  
von hotellerieuisse,  
im Hotel Cascada, Luzern  
[www.hotelbildung.ch/agenda](http://www.hotelbildung.ch/agenda)

### 14. NOVEMBER

«Lern- und Leistungsdokumentation»,  
vom Schweizer Kochverband,  
bei GastroBaselland, Liestal  
[www.hotelgastrounion.ch](http://www.hotelgastrounion.ch)

### 17. FEBRUAR & 23. MÄRZ

«Gastrozesse Basis & Upgrade»,  
vom Schweizer Kochverband,  
Luzern  
[www.hotelgastrounion.ch](http://www.hotelgastrounion.ch)

### 4. NOVEMBER

«eHotelmarketing: Hotel-Webseite»,  
von hotellerieuisse,  
im Hotel Cascada, Luzern  
[www.hotelbildung.ch/agenda](http://www.hotelbildung.ch/agenda)

### 30. NOVEMBER

«eHotelmarketing: Distribution»,  
von hotellerieuisse,  
im Hotel Cascada, Luzern  
[www.hotelbildung.ch/agenda](http://www.hotelbildung.ch/agenda)

### 3. MÄRZ

«Lernende trimmen sich fit»,  
vom Berufsverband Restauration,  
bei Hotel & Gastro formation-  
Aargau  
[www.hotelgastrounion.ch](http://www.hotelgastrounion.ch)



## Planen Sie ein neues Projekt?

Hier finden Sie den passenden Berater: [www.hotellerieuisse.ch/beraternetzwerk](http://www.hotellerieuisse.ch/beraternetzwerk)

Professionelle Beratung  
für die Schweizer Hotellerie

Gemeinsames Beraternetzwerk von:

CURAVIVA.CH

hotellerieuisse  
Swiss Hotel Association