

Xaver Award zum Zweiten

In der In-Location der Maag-Musical Hall standen am 4. März 2003 zum zweiten Mal die herausragenden Messestände und Marketing-Events des Jahres 2002 im Rampenlicht.

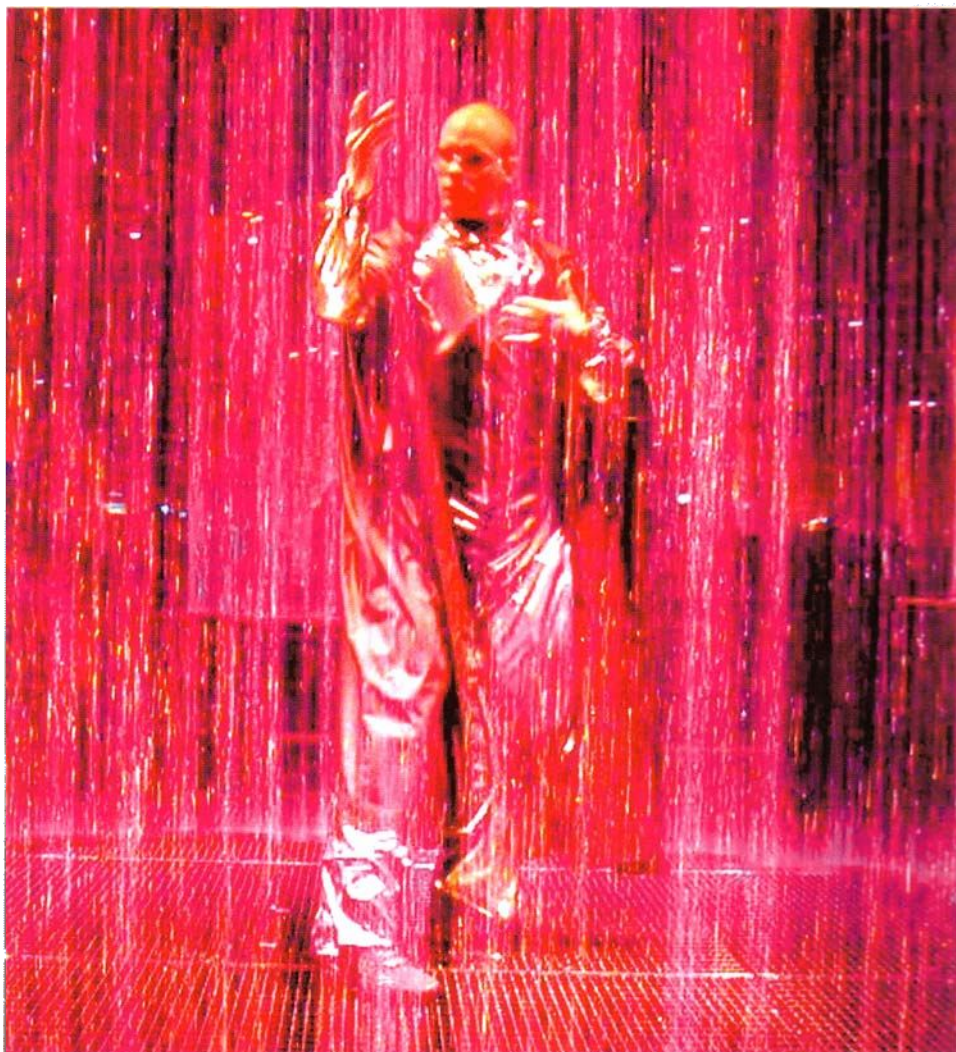


Roland Köppel,
Präsident Swiss Expo
and Event Makers

And the winner is ...

Die Expo- und Event-Branche zählt zum eigentlichen Xaver-02-Gewinner. Das Niveau der eingereichten Projekte und der Gewinnerprojekte ist beachtlich, die Anzahl Mitstreiter um den Branchen-Award ebenso. Das Interesse ist gross, den eigenen Event oder Messestand durch eine kompetente Fachjury aus Branchenprofis beurteilen zu lassen, sich in Konkurrenz zu setzen mit anderen Expo- & Eventanbietern, Leistungen zu vergleichen, neue Inputs zu holen, sich auszutauschen.

Auch dieses Jahr galt es, sechs mal drei Gewinner für den Xaver Award zu bestimmen. Bewertet wurden eingereichte Arbeiten aus den drei Kategorien im Bereich Messe: Business, Efficiency und Messe Customized sowie aus dem Bereich Event: Business, Public, Budget. Zusätzlich wurden zwei Sonderpreise vergeben. Anhand eines Kriterienkatalogs wurden alle Dossiers durchgearbeitet und bewertet. Diese Sonderausgabe von Marketing & Kommunikation und Expdata präsentiert die Gewinner, Projekte und Ideen. Die Xaver-Gewinner dürfen zu Recht stolz auf ihre Leistung sein, und ich gratuliere herzlich. Hoffentlich kommen noch mehr Messeaussteller und Eventmacher auf die Idee, am nächsten Xaver selber aktiv teilzunehmen. Der Branche kanns recht sein.



Gold für den Publikumsmagnet: Magie de l'Énergie an der Expo.02.



Silber für den Gemeinschaftsstand an der X 02, realisiert von der Andreas Messerli AG, Wetzikon.



Formschöner Messestand an der Orbit: Bronze für den Messeauftritt der Orange AG, Zürich.



Silber für Zysser Messebau AG: Messeauftritt der Kaladent AG in Urdorf an der Dental 2002 in Genf.



Bronze für b+b work AG, das rote Plexiglas-Portal am Stand der König Verbindungstechnik AG an der Swisstech in Basel.



Gold-Xaver für den Messeauftritt der Wyss AG, Zuchwil, an der OEGA 2002.

Gewinner Bereich Messe

Kategorie: Customized

Gold für den Publikumsmagnet an der Expo.02. Bellprat Associates AG in Winterthur realisierte in Zusammenarbeit mit dem Messebauunternehmen Nüssli in Hüttwilen einen Pavillon auf der Arteplage Neuchâtel, der den Besuchern sinnlich das ungeheure Wasserkraftpotential der Schweizer Alpen ins Bewusstsein rückte. Der Prozess der Transformation von Wasserkraft in Strom wurde für ein breites Publikum sinnlich erlebbar gemacht.

Die **Silber**-Auszeichnung in der Kategorie «Customized» ging an die Andreas Messerli AG in Wetzikon für die Realisation eines Gemeinschaftsstandes an der X 02. Mittels der reduzierten Designsprache wird das klare Synergie-Netzwerk alle Bereiche der Partnerfirmen nachvollziehbar visualisiert. Die gut gewählte warme

Holzstruktur vermittelte Gemeinschaftsgefühl. Mit **Bronze** ausgezeichnet wurde The GC Group AG in Zürich für das Projekt «Orange Dome» an der Orbit 2002. Die moderne und zeitgemässe Erscheinung suggeriert Kompetenz, Qualität und Zuverlässigkeit. Eine einfache und doch komplexe Erscheinung.

Kategorie: Budget

Die diesjährige **Gold**-Auszeichnung ging an die Andreas Messerli AG in Wetzikon. Trotz branchenüblich beschränktem Budget gelang eine optimale Präsentation der BMC-Fahrräder anlässlich der 2-Rad-Messe in Zürich. Jedes Produkt konnte emotional berührt und alle Details aus der Nähe betrachtet werden. Der Stand ist in seiner Struktur so aufgebaut, dass sich der Besucher beim Betreten des Standes sofort ein klares Bild von den einzelnen Produktgruppen machen kann. Jede Kommunikationswand entspricht einer Produktgruppe.

Silber gabs für den Messeauftritt von Orange. The GC Group AG, Zürich, und die Felix Dekorationsbau AG machten in Anlehnung an den Orange Dome den Auftritt von Orange im reduzierten und doch wichtigen Messe-Umfeld für den Besucher zu einem Erlebnis. Nicht Produkte, Services oder die Marke wurden in den Vordergrund gestellt, sondern der Mensch. Ihm gebührte die Aufmerksamkeit. Transparenz wurde durch Elemente aus Plexiglas erlebbar gemacht. Weite, stoffbespannte und beleuchtete Wandelemente verliehen dem Stand einen eigenen warmen Charakter.

Mit **Bronze** ausgezeichnet wurde die Creaworld AG in Bellach für den Messeauftritt der Alupark AG, Belp, an der Interpak in Düsseldorf. Der Messeauftritt wurde unterstützt von verschiedenen klassischen und nichtklassischen Kommunikationsmitteln. Weiche, fließende und materialgerechte Formen sowie ein einzigartiges Design zeichneten den Messestand aus.



Gold-Auszeichnung für den Messestand der BMC Trading AG, Grenchen, an der 2-Rad-Messe in Zürich.



The GC Group AG, Zürich, und Felix Dekorationsbau AG in Embrach wurden für den Messeauftritt von Orange mit Silber ausgezeichnet.



Messeauftritt Alupark AG, Belp: Bronze für die Creaworld AG, Bellach.



Der Sonderpreis «Efficiency» ging an die Steinmetz Expo AG, Volketswil, für die Realisation des Messeauftritts der Microdia SA.

Kategorie: System

Gold in der Kategorie «System» gabs ebenfalls für die Creaworld AG in Bellach, nämlich für den Messeauftritt der Wyss AG, Zuchwil, an der OEGA, der grössten Ausstellungsplattform für Samen und Pflanzen. Für das gewählte Thema «Margeriten» wurde eine überdimensionale Margerite den realen Pflanzen gegenübergestellt – mit starkem Fokus auf zusätzliche Kommunikationsmassnahmen.

Die **Silber**-Auszeichnung konnte die Zysset Messebau AG in Olten für den Messeauftritt der Kaladent AG mit nach Hause nehmen. Unter dem Motto «die Würfel sind gefallen» hat die Zysset Messebau AG einen starken Messebau realisiert, die den Kunden in den Mittelpunkt des Geschehens stellt. Mittels gut sichtbaren Terminals wurde die Produktpalette klar visualisiert.

«Verbinden, Brücken schlagen, Torbogen, Portal ...» war das Motto für den Messestand der

König Verbindungstechnik AG. Für die Realisation konnte die b+b work AG in Hinwil die **Bronze**-Auszeichnung entgegennehmen. Der Messestand, bestehend aus rotem Plexiglas und gebaut auf Syma-Profilen, wirkt originell und frech und wurde klar als Neuheit empfunden.

System Sonderpreis Efficiency

Der Sonderpreis in der Kategorie «System Sonderpreis Efficiency» ging an die Steinmetz Expo AG in Volketswil. Ziel war, einen attraktiven Messestand mit beschränkten Platz- und Budgetverhältnissen zu realisieren. Als Vorgabe durfte nur vorhandenes Material verwendet werden.

Gewinner Bereich Events

Kategorie: Budget

Gold-Auszeichnung für die «Al Capone Party» in Oerlikon, realisiert von Vogel Szenenmarketing AG in Zürich. Unter dem Motto «Skandal, die

ehrenwerte Partygesellschaft trifft sich in Zürich» fand im Auftrag von der Burger Söhne AG in Burg eine stimmungsvolle Mafia-Party in der alten Giesserei in Oerlikon statt. Das gesamte Publikum erschien in stilechter Kleidung.

Die **Silber**-Auszeichnung konnte die Wundermann AG in Zürich für die Philishave-Sensotec-Präsentation mit nach Hause nehmen. Da die Einkäufer der verschiedenen Grosshändler und Fachgeschäfte vernachlässigt wurden, wollte Philips diesen eine besondere Präsentation bieten. In einem Pitch mit 3 Agenturen wurde das passende Thema gesucht. Philips entschied sich für die Zeitreise in verschiedene Jahrzehnte mit dem Höhepunkt des Sensotec, vorgeschlagen von Wundermann. Danach wurde bekannt, dass Philishave Sensotec als Product Placement im neuen James Bond Movie platziert ist. Aus diesem Grund wurde dieser Bereich im Showblock als Highlight zum Schluss präsentiert.

Bronze für Schweiz Tourismus. Anlässlich der Pressekonferenz in Zürich wurden Bilder auf eine 6 x 4 m weisse Hallenwand projiziert. Kühlschränke auf Podesten dienten dazu, News-Schwerpunkte und Winter-News zu präsentieren. Als Rednerpult diente ebenfalls ein Kühlschrank.

Sonderpreis Budget

Die Sonderauszeichnung in dieser Kategorie geht an die Visual Energy GmbH. Rund 50 Tage vor der Internet Expo 2002, kam in einer Umbruchphase vom seniorweb.ch die Initiative zu einem Special Event zum Thema «Se-



«Al Capone Party»: Gold für Vogel Szenenmarketing AG.



Silber für die Wundermann AG und die Zeitreise in verschiedene Jahrzehnte.



Schweiz Tourismus: Bronze für die Realisation der Pressekonferenz in Zürich.



Sonderpreis Budget: Special Event an der iEX rund ums Seniorenweb.



Für die Realisation der Skoda-Roadshow erhielt Newton 21 die Silber-Auszeichnung.



«Cardinal concerts»: Gold-Auszeichnung für die Feldschlösschen-Gruppe.

Starker Markenauftritt an der Street Parade: Bronze für Schorno the Event Maker.

nieren und Internet» an der Messe. Der Anlass mit Workshops, Präsentationen und vielen anwesenden sowie virtuellen Gästen übertraf alle Erwartungen – es war ein echtes Highlight der Internet Expo 2002.

Kategorie: Public

Gold in der Kategorie «Public» gabs für die Feldschlösschen-Gruppe. Mit den «Cardinal concerts» realisierte sie eine Konzertreihe (30 Konzerte in 7 Schweizer Städten) in den schönsten Konzertsälen und Clubs der Schweiz. Jazz, Blues, World, Funk & Soul, tanzbare Rhythmen wie auch konzentrierte Musik dargeboten auf qualitativ höchstem Niveau.

Skoda entschied sich, die 4x4-Modelle Octavia zu präsentieren und wollte als Marketinginstrument eine Roadshow einsetzen. Im Auftrag der AMAG in Schinznach-Bad realisierte die Eventagentur Newton 21 die Skoda-Roadshow und erhielt dafür die **Silber**-Auszeichnung.

Seit dem Jahr 2000 ist die Coca-Cola Beverages AG als Hauptsponsor an der Street Parade beteiligt. 2002 wurde das Engagement erhöht. Für Coca-Cola entstand so die Möglichkeit für einen starken Markenauftritt entlang der Parade-Route. Realisiert wurde das Projekt von Schorno the Event Maker in Zürich. Dafür gabs die **Bronze**-Auszeichnung.

Kategorie: Business

Gold-Gewinner der Kategorie «Business» ist die Trendix AG in Zürich. Die SWX Swiss Exchange veranstaltet jedes Jahr einen Händler-Anlass. Die mit 350 Gästen gut besuchte Veranstaltung fand unter dem Motto STP statt: Straight Trough Processing.

Den Xaver in **Silber** gabs für den Swisscom-Event «Celebrate IT», realisiert von der Catapult AG in Zürich. Konzeptbasis war der Partnergedanke «für jeden Erfolg braucht es einen starken Partner» aus der klassischen Swisscom-Kampagne. Die Fusion der Firmen AGI und Swisscom IT zur neuen Swisscom IT Services sollte eine Symbiose von Tradition und Moderne darstellen. Nebst einem Gala-Diner gabs diverse Show-Acts vom Szene-DJ bis zum Leipziger Ballett.

Mit **Bronze** ausgezeichnet wurde die MCI Group AG, Glattbrugg, für «Product Launch Actros Interlaken». Auf das Flaggschiff von Mercedes-Benz Nutzfahrzeuge bezugnehmend, fiel die Wahl der Location auf die Schiffswerfthalle. Die Präsentation startete mit künstlerischen Darbietungen, welche sich mit Rhythmus und Ton bis zum Höhepunkt steigerten: Fahrt des Actros auf der «Laufsteg-Strasse» ins Publikum.

Nathalie Cajacob



«Celebrate IT» – im Schiffbau Zürich: Silber für Catapult AG.



MCI Group AG: Bronze für «Product Launch Actros Interlaken»



Trendix AG: Gold für die Organisation des SWX-Händleranlasses in Zürich.

Jurymitglieder Xaver'02

■ Messe

- Claus Holtmann**, Inhaber/GF Holtmann Messebau/FAMAB Vorsitzender
- Dany Waldner**, GF/Projektentwickler Waldner
- Martin Bloch**, GF/Designer Bloch Guggenbühl
- Rene Ciocca**, Leiter Corporate Design Nestlé AG
- Giancarlo Palmisani**, Projektleiter IEX Reed Messen Schweiz
- Urs Seiler**, Chefredaktor ExpoData

■ Event

- Frank Brunner**, Leiter Events & Sponsoring UBS
- Johannes Milla**, GF/Inhaber/CD Milla & Partner, Stuttgart
- Christian König**, GF Farner PR
- Peter Gamma**, GF/Inhaber Gamma Catering
- Daniel Staib**, GDI Research (Event)
- Jaromir Löffler**, Chefredaktor Marketing & Kommunikation