

Von der „Chambre de commerce“ entwickelte Kontaktbörse „b2fair“ wächst

Luxemburger Konzept international gefragt

Plattform bringt gezielt Messebesucher und Aussteller zusammen / Nächster Schritt: Kontakte knüpfen in Industriezonen

VON SANJA SIMIC

„Business to fairs“ („b2fair“) heißt ein internationales Konzept, das die Luxemburger Handelskammer vor acht Jahren entwickelt hat. Heute ist es auch außerhalb von Europa immer mehr gefragt. Die Plattform „b2fair“, die Messeaussteller und Besucher gezielt zueinander führt, fand anfangs nur zwei- bis dreimal im Jahr statt – 2012 stehen schon mehr als zehn Veranstaltungen auf dem Programm. Neu ist dieses Jahr das Konzept „Doing Business Onsite“, das in der Türkei und in Serbien geplant ist und bei dem es darum geht, Betriebe aus einer bestimmten Industriezone mit ausländischen Unternehmen zusammenzuführen.

Kontakte sind für Unternehmen, die sich international positionieren möchten, ausschlaggebend. Auf großen Messen haben Firmen die Möglichkeit, zu zeigen, was sie können, aber auch zu sehen, welche Produkte, Technologien und Dienstleistungen die Konkurrenz im Angebot hat. Eine Messe ist per se ein natürlicher Treffpunkt für hunderte Aussteller und Besucher. Wie man diese jedoch gezielter und wirksamer zueinander führen kann, zeigt die von der Luxemburger Handelskammer entwickelte und mittlerweile international geschützte Marke „b2fair“.



„b2fair“-Leiterin und Mitbegründerin Sabrina Sagromola. (FOTO: GUY JALLAY)

Anfangs handelte es sich bei dem Projekt um eine EU-geförderte Kooperationsbörse, die 2005 zum ersten Mal auf der weltweit größten Industriemesse in Hannover stattfand. Ihre Aufgabe war es, kleinen und mittleren Unternehmen auf der Messe gezielt Kontakte zu potenziellen Geschäftspartnern zu vermitteln. Aus so manchem Kontakt entstand später auch ein Geschäft.

„Was b2fair so interessant macht, ist die Tatsache, dass wir Aussteller mit Besuchern, Aussteller mit Ausstellern, aber auch Besucher mit Besuchern zusammenführen“, erklärt Sabrina Sagromola, Mitglied des „b2fair“ Management Boards und Geschäftsführerin des „Enterprise Europe Network“ der luxemburgischen Handelskammer. „Ohne uns würden sich die Messebesucher nicht unbedingt treffen und austauschen. Es sind besonders diese gezielten Kontakte, die den Mehrwert unserer Plattform ausmachen“, sagt Sagromola.

„Chambre de commerce“ exportiert Know-how

„b2fair“ hat sich in den darauffolgenden Jahren auf verschiedenen Messen als erfolgreich erwiesen und seitdem auch stets weiterentwickelt. Für die Vorbereitung der großen Veranstaltungen im Ausland war die Handelskammer dabei auf die Zusammenarbeit mit internationalen Partnerorganisationen angewiesen. Diese sorgen nämlich bei den Messen im Ausland für den Kontakt mit den Unternehmen vor Ort und sind bei der Organisation der „Matchmaking-Events“, vor, während und auch nach den jeweiligen Veranstaltungen intensiv mit eingebunden.

Heute ist die Luxemburger Networking-Kompetenz auch außerhalb von Europa gefragt. Nach der „b2fair“-Veranstaltung, die 2010 im Rahmen der Weltausstellung in Shanghai organisiert wurde, zeigten auch chinesische Wirtschaftsorganisationen und Unternehmen Interesse an dem Konzept. In den vergangenen Monaten habe es auch Anfragen aus Indien und Thailand



Austausch zwischen Messebesuchern und Ausstellern: „Matchmaking-Event“ auf der 2011 in Paris. 150 Unternehmen aus 20 verschiedenen Ländern beteiligten sich hier

gegeben, erklärt Sagromola. Im Rahmen mehrerer Reisen zurück auf den asiatischen Kontinent konnte der weitere Kontakt zu potentiellen Partnerorganisationen vor Ort aufgenommen und fortgesetzt werden. „Wenn Organisationen aus solchen Ländern bei uns an der Tür anknöpfen und Interesse an unserem Konzept zeigen, dann wissen wir, dass wir auf dem richtigen Weg sind“, so Sagromola.

Etliche chinesische und indische Organisationen hätten schon gefragt, ob sie eine Delegation auf ein „b2fair“-Event in Europa schicken oder sogar eine Kontaktbörse in ihrem jeweiligen Land organisieren könnten. „Wir sind zuversichtlich, dass wir 2013 wieder eine Veranstaltung in Asien auf unserem Jahresprogramm haben“, sagt Sagromola.

Im Mittelpunkt von „b2fair“ steht weitgehend die Förderung von internationalen wirtschaftlichen Kooperationskontakten, die auch für Luxemburger Unternehmen von

Vorteil sein können. „b2fair“ ist ein Instrument, mit dem Luxemburger Unternehmen aber auch ausländische Betriebe ihre Geschäfte ankurbeln können“, betont Sagromola. Zehn Prozent der Betriebe, die an den „Matchmaking-Events“ teilnehmen, kommen aus Luxemburg. Eine teilnehmende Firma macht im Durchschnitt sieben bis acht Kontakte. Ein Drittel davon wird auch nach der Veranstaltung weiter erhalten. Der Follow-Up der Kontakte werde auch in Zukunft weiter vertieft werden.

„Darüber hinaus ist es ein Instrument, mit dem die Handelskammer den Luxemburger Wirtschaftsstandort auf eine originelle und wirksame Art und Weise fördern kann“, meint Sagromola. Durch „b2fair“ werde das Großherzogtum indirekt auf den großen internationalen Fachmessen sichtbar. „b2fair“ gibt es allerdings nicht nur auf Messen. Die Kontaktbörse kann ebenfalls auf Kongressen umge-

auch 2012 weiter

nal gefragt

takte knüpfen in Industriezonen



Fachmesse der Zulieferindustrie Midest am „b2fair“. (FOTO: CHAMBRE DE COMMERCE)

setzt werden, wie zum Beispiel im Mai bei der Auslandslandeshandelskammer-Weltkonferenz in Berlin.

Luxemburger Marke in türkischer Industriezone

Neu ist dieses Jahr das Konzept „Doing Business Onsite“, bei dem es darum geht, an zwei Tagen alle Unternehmen und Institutionen aus einer bestimmten Industriezone zusammenzuführen. „Diese Idee ist

mit unseren Partnern aus der Türkei und Serbien entstanden“, erklärt Sagromola. 2012 sind schon zwei Veranstaltungen in den beiden Ländern geplant. „b2fair“ diene hier als Austausch-Plattform für Firmen, die in großen Industriezonen angesiedelt sind. Es werden dann bilaterale Geschäftstreffen bei den Unternehmen vor Ort geplant. Für Luxemburger Industrieunternehmen könne die Teilnahme an einem solchen Event ebenfalls interessant sein, ist Sagromola überzeugt. Des Weiteren sind bei „b2fair“ neue Web-Applikationen geplant, die es vor allem ermöglichen sollen, die Visibilität der kleinen und mittleren Unternehmen in der virtuellen Welt verstärkt zu unterstützen.

Die „b2fair“-Teilnahme kostet zwischen 150 und 250 Euro. „Es ist nicht unser primäres Ziel, Geld zu verdienen, sondern Unternehmen durch einfache und intelligente Maßnahmen bei der internationalen Ausrichtung ihrer Geschäfte zu unterstützen“, erklärt Sagromola. Die Veranstaltungen seien vor allem kostendeckend ausgerichtet. Jede überschüssige Einnahme werde in das Konzept reinvestiert. „Wir möchten uns auch in Zukunft immer weiter entwickeln und neue Ideen umsetzen“, sagt Sagromola. „Wir müssen uns täglich mit den innovativen Matching-Dienstleistungen auf dem internationalen Markt vergleichen. Diese Herausforderung ermöglicht uns aber, die Dynamik und Kreativität unseres Konzeptes mit viel Unternehmergeist weiterzuführen.“

Die wichtigsten „b2fair“-Termine 2012

„b2fair“ wird dieses Jahr auch in Luxemburg präsent sein, bei den „Greater Region Business Days“ – dem ehemaligen Unternehmerforum – am 13. und 14. Juni in den Luxexpo-Hallen auf Kirchberg. Am 25. und 26. April findet zum achten Mal ein „b2fair“-Event auf der Hannover Messe statt. Im vergangenen Jahr konnten hier rund 3 000 Gespräche zwischen ca. 400 Unternehmen aus 43 verschiedenen Ländern organisiert werden. Daneben ist die Plattform im Sep-

tember auf der Industriemesse „Sistep-Midest“ in Casablanca vertreten und im November auf der „Midest“-Messe in Paris und „Pollutec“ in Lyon. Neben den traditionellen „b2fair“-Veranstaltungen finden dieses Jahr zum ersten Mal „Matchmaking-Events“ in Industriezonen statt: vom 16. bis 18. Mai in der Indija Industriezone nahe der serbischen Hauptstadt Belgrad und Mitte Oktober im organisierten Industriegebiet Gebze, in der türkischen Provinz Kocaeli. (san)