

Hautnah erlebt – die Gesundheit

Nach der vierten Auflage der Gesundheitsmesse Vista EXPO müssen die Veranstalter ein durchgezogenes Fazit ziehen. Trotzdem konnte viel erreicht werden während der drei Messtage: von Networking über Steigerung des Bekanntheitsgrades bis hin zu Wissensaneignung. *Daniel M. Späni*

Die letzten drei Tage des Septembers standen ganz im Zeichen der Gesundheit: Die vierte Auflage der Gesundheitsmesse Vista EXPO lockte sowohl Fachpersonen als auch Endkonsumenten an. Je nach Messtag und Wetter war die Ausbeute jedoch unterschiedlich (s. Statements). Ein Höhepunkt war die Zusammenarbeit mit dem Berner Inselspital. Ärzte und Pflegende präsentierten ihre Arbeit und ihre Fachbereiche einem breiten Publikum; vor allem die zwei Notfallübungen pro Tag und die vielfältigen kostenlosen Tests machten viele Besucher neugierig. Am Abend des ersten Messtags war die Stimmung bei den Ausstellern verhalten. Man hatte sich vom neuen Standort Bern und den sonstigen Neuerungen mehr erhofft und vor allem

mehr Publikum erwartet. Ein Aufsteller in Form des traditionellen Aussteller-Apéros an der OTX World-Bar wurde denn auch rege genutzt. Der zweite Messtag startete dann mit einem Feuerwerk: Die CAP-Kongress-Teilnehmerinnen strömten carweise nach Bern und stürmten über den langen Mittag die Messe. Viele Aussteller wurden regelrecht überrannt. Und auch die Endkonsumenten liessen es sich nicht nehmen, die Gesundheit hautnah mitzerleben. Dazu beigetragen haben sicherlich der bewölkte Himmel und die niedrigen Temperaturen. Der Montag schliesslich wurde in erster Linie für Gespräche und Networking unter den Fachpersonen genutzt.

Jeder einzelne Messtag wartete mit speziellen Darbietungen oder Events auf; so wurde beispielsweise ein Zukunftstag der IFAK durchgeführt und von Dr. med. Markus Meier moderiert. Namhafte Referenten nahmen sich der Zukunft der Apotheke an und sprachen über Themen wie Geo-Marketing (Markus Häfeli, GfK Switzerland), Social Media (Klaus Abele, OCHO VENTURES AG), Smartphone-Applikationen (Beat Losenegger, HCI Solutions AG) oder die neue Versicherungskarte (Hans-Peter Schönenberger, SASIS AG). Die wenigen, aber sehr interessierten Teilnehmer des Zukunftstags hatten an dieser Veranstaltung einen runden Ausblick bezüglich Apothekenzukunft erhalten. ■

Statements einiger Aussteller zur 4. Vista EXPO



Roger Bachmann,
Leiter Geschäftsfeld
konventioneller Handel,
Bio Partner Schweiz AG

«Wir kamen an die Messe, nicht um viel verkaufen können, sondern wegen der Imagepflege und um neue Kontakte zu knüpfen: Dies klappt bestens. Wir sind das dritte Mal dabei, um Kontinuität zu schaffen und unsere Bekanntheit als Grossist zu fördern. In der Vergangenheit brachte man uns nur mit der Naturkosmetik in Verbindung. Auch dank der Vista EXPO gelingt es uns, unser gesamtes Sortiment ins Bewusstsein der Messebesucher zu rücken.»



Daniel Schwery, Brand
Supporter, Curaden
International AG

«Mir gefällt diese Messe im Vergleich zu jener in Zürich besser, da sie grösser und übersichtlicher ist. Allerdings habe ich sie mir noch grösser vorgestellt und es ist schade, dass das eigentliche Zielpublikum, die Fachpersonen, nur spärlich da waren. Die Zusammenarbeit mit dem Inselspital ist ein Highlight. Die Besucherinnen und Besucher schätzen vor allem die Interaktionen, Referate und das Mitmachen bei Wettbewerben.»



Dominique Reusser,
Markenführung
Dr. Hauschka Schweiz,
WALA Schweiz GmbH

«Für uns verlief die Messe bis anhin sehr positiv, wir konnten wertvolle Kontakte knüpfen und neue Kunden generieren. Wir sind hier am Stand mit den WALA-Arzneimitteln und mit der Spezialpflegelinie von Dr. Hauschka Med. Da beide starke Fachhandelsmarken sind, ist unsere Präsenz im B2B-Bereich optimal. Am Montag hätte ich mir etwas mehr Fachpublikum gewünscht.»



Dr. Federico Geiser,
Sales, Key Account und
Product Manager, IBSA

«Mein Zwischenfazit: Der Samstag war schlecht, der Sonntag dafür sehr gut. Nun kommt es darauf an, wie der Montag laufen wird und wie viele Besucher kommen – bis jetzt ist es knapp genügend. Als am zweiten Tag derart viele Leute kamen, konnten wir unser Konzept richtig anwenden, das wir extra auf viele Besucher zugeschnitten haben.»



Florian Meier, eidg. dipl.
Apotheker ETH/FPH,
Inhaber Adler Vertrieb

«Ich bin begeistert. Eine Messe wie diese ist ausgezeichnet, unsere neuen Produkte vorzustellen. Wir vertreiben Apothekers Original Handcreme und Apothekers Original Pferdesalbe. Die Salbe mit Rosmarin und Arnika, eine altes Bauernheilmittel, wurde für's Pferd entdeckt und an den Menschen angepasst. Wir sind exklusive Vertreter für die Schweiz und beliefern Apotheken, Drogerien und den Grosshandel. Wir hatten regen Besucherzulauf und konnten nette Kontakte knüpfen. Die Organisation ist sehr zuvorkommend und herzlich.»



Simone Wegmüller,
Leiterin Fachstelle
Marketing,
Inselspital Bern

«Es kamen zwar weniger Besucher als erwartet, dafür waren diejenigen, die kamen, sehr interessiert und nutzten unsere Angebote rege. Für uns als Spital war es eine ganz neue Erfahrung, hinauszugehen und der Insel ein Gesicht zu geben; das möchten wir gerne etablieren. Auch den Ärzten und Pflegenden hat es Spass gemacht: Sie schätzen es, ihre Arbeit auch mal ausserhalb der Klinikräume und gesunden Menschen zu erklären und zu zeigen.»



Emil Mahnig, Präsident,
Osteoswiss

«Die Messe ist modern aufgezo-gen, die Atmosphäre sehr angenehm. Bei allen Messen, auf die wir gehen, kämpfe ich gegen die Abgrenzung des Publikums-vom Fachbereich: Kompetente Konsumenten sollen alles sehen. Sehr gut finde ich, dass wir dank Flexibilität der Messeorganisation unseren Stand gleich neben dem des Inselspitals, mit dem wir zusammenarbeiten, platzieren konnten. Wir machen die Risikochecks; Personen mit Risiko schicken wir gleich zum Insel-Stand zur Beratung.»



Armin Landtwing,
Leiter Marketing Verkauf,
Heidak AG

«Auch dieses Jahr finde ich es eine spannende Messe. Am zweiten Tag hatten wir ausserordentlich viele Kontakte mit bestehenden und potenziellen Partnern; der Tag war genial. Und die Organisation ist wie jedes Jahr sehr sympathisch und professionell. Ich könnte nicht sagen, was man besser machen könnte. Leider wird das in der Branche noch zu wenig wahrgenommen, respektive genutzt, dabei gäbe es an der Vista EXPO viele Gelegenheiten, um sich auszutauschen.»



Sandra Scheidegger,
Product Manager,
Gebro Pharma

«Während wir am Samstag eher wenig Kontakte hatten, war am Sonntag die Besucherfrequenz gut. Vor allem Pharma-Assistentinnen fanden sich an unserem Stand ein. Für uns ist es sehr wichtig, diese Kontakte zu pflegen. Die Organisation fand ich auch dieses Jahr sehr offen für Aktivitäten – insbesondere unseren Jesse-Ritch-Tag.»



Donat Baur, Geschäftsführer,
Optima Medical
Distribution AG

«Über den Samstag müssen wir nicht sprechen. Dagegen lief es am Sonntag hervorragend mit einem guten Mix aus Fachhandel und Endkonsumenten. Den Montag nutze ich zum Netzwerken: Da hatte ich bereits einige, qualitativ hochstehende, Gespräche und ich bin gespannt auf weitere. Die Messe ist erstklassig organisiert, aber unter uns gesagt, ich hätte auch nichts anderes erwartet.»