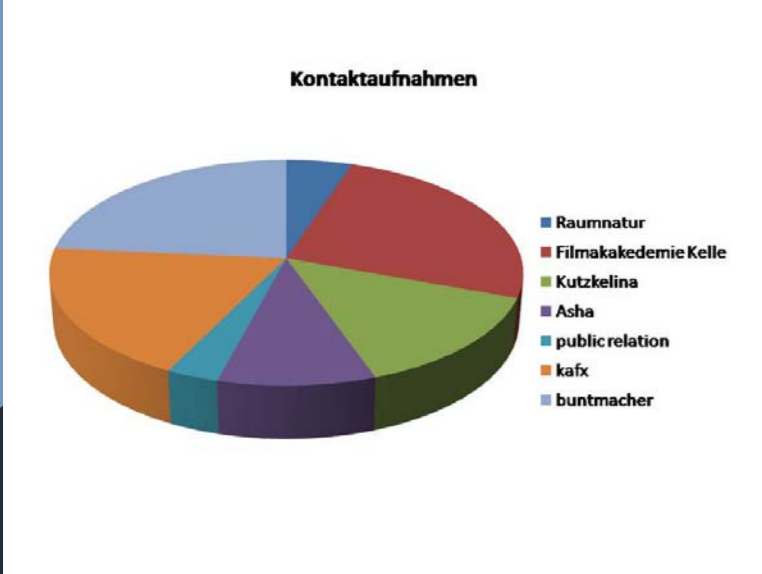
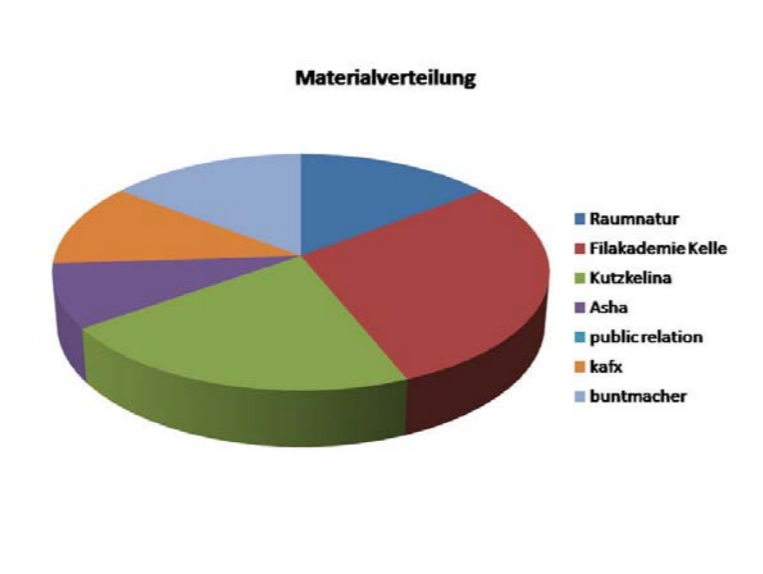


# Auswertung



Wie man anhand der eingefügten Diagramme erkennen kann, hatte die Kreativagentur (kafx) selbst einen sehr großen Zulauf an Interessierten (insgesamt 30). Die meisten Kontaktaufnahmen verzeichnete die Filmakademie Kelle mit 40 Kontakten. Werbematerial, wie Visitenkarten, Flyer und Infoblätter wurden durchweg von allen Akteuren in großer Stückzahl verteilt.

Insgesamt war die b2d ein Erfolg: Am ersten Messttag gab es 663, am zweiten Messttag 507 BesucherInnen (insgesamt 1170). Der Rückmeldung von Seiten anderer Aussteller und Standbesucher war zu entnehmen, dass der Gemeinschaftsstand der Kreativagentur als der außergewöhnlichste und bunteste auf der gesamten Messe wahrgenommen wurde.



Die große Abschlussdiskussion der Messe am 07.09.2011 auf der Hauptbühne neben dem kafx-Stand stand unter dem Aspekt „Kommunikation, Kommerz, Kompetenz - Sprechen Konzerne und Mittelstand die gleiche Sprache?“. Zum speziellen Thema "Satte Märkte, satte Löwen - Wie steht es um den Jagdinstinkt in Deutschlands Wirtschaft?" hatten die Messebetreiber neben prominenten Medienexperten von RTL und DSF, wie im Messejahr zuvor den Ex-Manager von Bayer Leverkusen, Reiner Calmund, gewinnen können. Ihm im Besonderen ist es zu verdanken, dass eine lebhaft und heitere Diskussion folgte.



v.i.s.d.p.  
created, layout  
and all photos  
by kafx (radke)



# Die kreativagentur friedrichshain-kreuzberg - kafx-präsentiert "kreative Köpfe"

Astrid Hanka  
Modedesign



Kathrin Schwertner  
Illustrationsdesign



Ferenc Kelle  
Filmbildung und  
Filmproduktion



Ron Radam  
Produktdesign



Björn Albert  
Photographie



Doreen Kutzke  
Musik



Susanne Jestel  
public relations



auf der

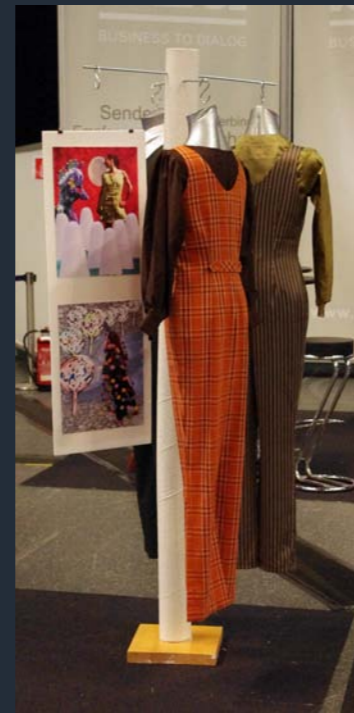


## 07.09.2011 Organisation und Aufbau



Für die meisten kreativen Köpfe war es der erste Messeauftritt. Durch die gemeinschaftliche Messepräsentation mit der kafx und anderen Kreativ-Unternehmen konnte die erste Hürde genommen werden. Da die kafx den Gemeinschaftsstand für die kreativen Köpfe kostenfrei anbieten konnte wurde auch diese Hürde genommen. Die Organisation der b2d hat ein vorbereitendes Ausstellertreffen veranstaltet: den b2d - Messe - Check, bei dem 80 Aussteller inklusive der kafx (von später über 200 Ausstellern) teilgenommen haben.

Einen vielversprechenden Eindruck von der Lage und damit von der eventuellen Wirkung des Gemeinschaftsstandes gab die Position. Aufgrund der unmittelbaren Nähe zur Hauptbühne würden alle Akteure die begleitenden Haupt-Veranstaltungen der beiden Tage hautnah miterleben können und sich gleichzeitig mit ihrem eigenen Auftritt am Stand einer guten Sichtbarkeit gewiss sein können.



## 08.09.2011 Akteure werden zu Profis



Mit dieser professionellen Vorbereitung konnte die erworbene Erfahrung unserer kreativen Köpfe auf der b2d erste Früchte tragen und brachte Selbstvertrauen und damit einen souveränen Umgang mit der potentiellen Kundschaft.

Ferenc Kelle ließ Besucher mit seiner traditionsreichen, alten „arriflex“-Filmkamera ein bisschen Filmfeeling erleben (siehe erstes Foto), während Kathrin Schwertner von buntmacher.com anschaulich und zunehmend routiniert ihre herrlich bunten Werke ihrer Kundschaft vorführte (siehe zweites Foto). Auch bei Ron Radam, dem Marmoristen und Björn Albert, dem Fotografen stellten sich am zweiten Messtag zunehmend Interessierte ein (siehe drittes Foto). Wie Profis verteilten Doreen Kutzke, hier mit ihrem originellen Bauchladen, und Kathrin Schwertner ihre Flyer und CDs an die MessebesucherInnen (siehe viertes Foto).



Gruppenbild mit der Projektleitung Monika Schwan: Herr Dr. Peter Beckers, Wirtschaftsstadtrat und stellvertretender Bezirksbürgermeister, Frau Klisch von der Wirtschaftsförderung friedrichshain- kreuzberg, sowie Herr Mashofer vom Projektträger Lok.a.Motion GmbH besuchten den Gemeinschaftsstand der kreativagentur, um sich vor Ort ein Bild von den acht Kreativakteuren in Aktion zu verschaffen.

### WAS ist die b2d-Messe?

Die "Business to Dialog" (b2d) am Standort „O2 World“ in Friedrichshain-Kreuzberg

Ist eine Dialogmesse für Unternehmer und Entscheider und steht für Kontakte zu Kunden und Lieferanten aus Industrie, Produktion, Handwerk, Handel und Dienstleistungen der Region.

Hier kann hautnah getestet und festgestellt werden, wie die Produkte und Kompetenzen bei den Kunden ankommen.

Da die Welt nicht nur aus Global Playern besteht, setzt die b2d insbesondere auf die regionale Ausrichtung und damit auf die Gewinnung neuer Kunden nach dem Prinzip der kurzen Wege. Die b2d bietet an den zwei Tagen zudem spannende Branchen- und Themencluster mit viel Prominenz und eine zielgenaue Vorbereitung in zahlreichen b2d-Kommunikations- und Vertriebsseminaren.