



Fact Sheet Themen-Parks | 15. März 2004

## **Orbit 2004 mit sechs Themen-Parks**

**Zusammen mit Partnern hat die Orbit die Inhalte ihrer themen- und lösungsorientierten Parks definiert, die den Besuchern einen schnellen Überblick über aktuelle Trends und Entwicklungen in der ICT-Branche ermöglichen. Die in den Themenparks schlüsselfertig eingerichteten Messestände erlauben den Ausstellern eine Messeteilnahme mit überschaubarem Kosten- und Personalaufwand.**

Die Orbit hat die diesjährigen Themen für die geplanten Parks festgelegt. Sie werden mit kompetenten Partnern realisiert, welche die jeweiligen ICT-Themenbereiche bestens kennen.

### **Business Software Park**

Den Business Software Park organisiert die simsa, der Schweizer Branchenverband für Internet, Software und Neue Medien in Zusammenarbeit mit TOPsoft.

Claudio Dionisio, Präsident von simsa und Partner der namics ag:  
*„Der letztjährige Business Software Park war ein grosser Erfolg und hat nebst hohen Besucherfrequenzen und qualitativ guten Leads vor allem eines gezeigt: Messen sind für KMUs im ICT-Bereich - speziell der Software-Branche - unverzichtbar. Denn neben der promotionellen Funktion ist die Orbit auch als Trendbarometer und für das Networking wichtig. Dies gelingt auf diesem von simsa, TopSoft und der Orbit organisierten Park besonders gut.“*

### **Information Security Park**

Organisatorin des Information Security Parks ist das Beratungsunternehmen consul&ad, welches spezialisiert ist auf Marketing- und PR-Beratung von Unternehmen der Informationssicherheit.

Rafael Cruz, Senior Partner, consul&ad:

*„Die steigenden Teilnehmerzahlen zeigen, dass unsere Kunden diese Möglichkeit einer Messeteilnahme sehr schätzen. Es liegt daher nahe, dass wir uns auch gerne für solche gemeinsamen Auftritte engagieren.“*

### **Mobile Office Park**

Der Mobile Office Park wird organisiert von der ICT-Expertin Robert Weiss Consulting.

Firmeninhaber Robert Weiss zu seinem Engagement:

*„Es sind zwei Gründe: 1. Die Schweiz braucht eine attraktive die gesamte Branche repräsentierende ICT-Fachmesse und diese muss ein möglichst breites Publikum ansprechen und dessen vielfältige Bedürfnisse abdecken können. 2. Die Attraktivität einer Messe hängt stark von einem möglichst breiten Ausstellerangebot ab. Um diese in brandaktuelle Themen einbinden zu können, ist die Idee der Themenparks ein idealer und kostengünstiger Lösungsansatz.“*

### **Storage Park**

Der Storage Park wird auch in diesem Jahr von der Orbit selbst organisiert.

Anna Zanoni, Messeleiterin Orbit 2004:

*„Im Rahmen der letzten Orbit haben wir mit einer Gruppierung von Firmen aus dem Storagebereich einen repräsentativen Park realisieren können. Wir haben festgestellt, dass das Angebot der kostengünstigen Teilnahme innerhalb eines Themenparks einem Bedürfnis der Aussteller entspricht und deshalb werden wir auch an der Orbit 2004 einen Storage Park organisieren.“*

### **Web Park**

Der Web Park wird realisiert von der «Best of Swiss Web Association».

Dr. Heinrich Meyer, Vizepräsident «Best of Swiss Web Association» und Herausgeber Netzwoche zu seinem Engagement:

*„Best of Swiss Web‘ fördert mit der jährlichen ‚Oscar-Verleihung‘ das Qualitätsbewusstsein für Internet-Projekte. Mit dem Web Park besteht eine gute Möglichkeit, die professionellen Leistungen und die vielen Top-Firmen der schweizerischen Internet-Branche fokussiert darzustellen. ‚Best of Swiss Web‘ unterstützt daher diesen Park - ideell und organisatorisch.“*

### **Publishing Solutions Park (vormals Docu Park)**

Den Publishing Solutions Park organisiert die Schaffhauser Trust Marketing GmbH.

Kathrin Aeschlimann, CEO, Trust Marketing GmbH:

*„Wir engagieren uns für die diesjährige Orbit mit einer kreativen Umsetzung des Publishing Solutions Parks. Wir unterstützen die klare Positionierung der Orbit als die ICT-Veranstaltung. Die Orbit als Business-Plattform gibt der Branche wichtige Impulse und ist ein wertvoller Ort für aktives Relationship-Management.“*

Die Infrastruktur der sechs Themen-Parks umfasst die schlüsselfertige und komplette Einrichtung für Aussteller. Zusätzlich zu den Gesprächen am eigenen Stand können in einer Networking-Zone mit Bar und Lounge die geknüpften Kontakte weiter gepflegt werden. Für Verhandlungen stehen den Ausstellern Besprechungszonen zur Verfügung, innerhalb der einzelnen Areas können Präsentationsforen für Case Study Sessions genutzt werden. Die Aussteller in jedem Park profitieren zudem von den gemeinsamen, massgeschneiderten Marketing- und Kommunikationsaktivitäten wie professionelle, auf die einzelnen Parks ausgerichtete Medienarbeit, Flyers, Direct-Mailings oder dem parkeigenen «Networking Apéro».

In jedem Park haben die Aussteller die Möglichkeit, zwischen mehreren Beteiligungsvarianten zu entscheiden. Ein Arbeitsplatz ist bereits ab CHF 7'500.- erhältlich und ein eigener, kleiner Stand lässt sich schon ab CHF 11'000.- realisieren. Die Parks werden

von der Orbit in Zusammenarbeit mit Partner aus der ICT-Branche realisiert.

**Dieses Fact Sheet und detaillierte Informationen zu den Parks finden Sie auch auf dem Internet unter [www.orbit.ch](http://www.orbit.ch)**

**Orbit 2004 in Kürze**

<b>Datum:</b>	Dienstag, 21. bis Freitag 24. September 2004
<b>Ort:</b>	Messe Basel
<b>Veranstalter:</b>	MCH Messe Basel AG, ein Unternehmen der MCH Messe Schweiz AG
<b>Öffnungszeiten:</b>	täglich von 9.00 bis 17.00 Uhr
<b>Eintritt:</b>	CHF 19.– Online-Ticket im Vorverkauf über das Internet (ab August 2004) CHF 39.– an der Tageskasse
<b>Internet:</b>	<a href="http://www.orbit.ch">www.orbit.ch</a>
<b>E-Mail:</b>	<a href="mailto:info@orbit.ch">info@orbit.ch</a>

**Ansprechpartnerin für die Medien:**

Mirella Derungs | Marketing & Communications Manager

Orbit 2004

MCH Messe Basel AG | CH-4005 Basel

Tel. +41 58 206 22 73 | Fax +41 58 206 21 71

[mirella.derungs@messe.ch](mailto:mirella.derungs@messe.ch) | [www.orbit.ch](http://www.orbit.ch)