



\_AUMA ■ Messe fit





# Messen

## ... Erfolg erleben

Im Zusammenspiel aller Kommunikationsinstrumente verfügen Sie mit Messen über ausgewiesene Trumpfkarten.

Als Aussteller wollen Sie neue Geschäftsverbindungen anbahnen, neue Produkte oder Dienstleistungen präsentieren, Ihr Image pflegen und sich im Wettbewerb vergleichen.

Als Fachbesucher suchen Sie die Orientierung am Markt mit seinen Innovationen; für Sie steht die Informationsbeschaffung im Mittelpunkt.

Die Argumente für eine Messebeteiligung sind vielfältig, aber das Hauptargument ist: Messen – Erfolg erleben.



## ... da müssen wir hin!

Marketing durch Messen bedeutet Rationalisierung, denn: Messen sind multifunktional!

- ▶ Direkte Information und vertrauensbildender persönlicher Dialog finden statt.
- ▶ Messebeteiligung ist Neukundenzakquise, aber auch Pflege des Kontaktes zu Stammkunden.
- ▶ Neue Produkte, Prozesse und Dienstleistungen können auf einer Messe schnell getestet werden – die Reaktionen der Besucher geben wertvolle Erkenntnisse für die Marktforschung.
- ▶ Messebeteiligungen rechnen sich – an keiner anderen Stelle können Sie so viele und so kompetente Fachleute in so kurzer Zeit erreichen.

### Mit Messen lassen sich viele Ziele mit einem Schritt erreichen. Viele Ziele – ein Medium!

Es entspricht der Multifunktionalität von Messen und Ausstellungen, dass sich hier ein ganzes Bündel von Marketingzielen gleichzeitig verwirklichen lässt.

Ihre Unternehmensziele, von der Imagesteigerung über den Benchmark bis zum Vertragsabschluss stehen im Focus.

Ebenso die besucherorientierten Ausstellerziele, denn: Die Interessen, die der Fachbesucher vorrangig verfolgt, liefern Ihnen gleichfalls wichtige Anhaltspunkte für Ihre strategische Planung.

# Messen



## ... nice to meet you!

**Neue Kunden!** Auf einer Messe knüpfen Sie wichtige Erstkontakte mit den Top-Entscheidern ihrer Branche. Nirgendwo sonst finden Sie so viele potentielle Kunden an einem Ort.

**Bestehende Kunden!** Auf einer Messe können Sie intensiv persönliche Kontakte pflegen, die sich sonst im Jahr auf Telefonate, eMails oder Direktmarketing beschränken.

**Ehemalige Kunden!** Auf einer Messe frischen Sie Geschäftsbeziehungen auf und überzeugen vor Ort ehemalige Kunden von Ihrer Leistungskraft.

Um persönliche Gespräche zu führen, kann sich Ihr Außendienst mindestens 30.000 km im Jahr sparen.

Der Messeauftritt ist die ideale Plattform zur Anbahnung Ihrer Geschäfte. Sich kennen lernen, sich wieder sehen, miteinander reden, Gespräche erleben, Vertrauen aufbauen – dies sind Brücken zum Erfolg. Deutsche Messen sind die international führenden Meetingpoints Ihrer Branche. Sie sind die Plattform für einen umfassenden Meinungsaustausch.



## ... Chancen erkennen!

Mit einem gezielten Messeauftritt haben Sie Ihr Ohr direkt am Markt. Sie sind am Knotenpunkt der Kommunikation. Sie steigern Ihre Bekanntheit und pflegen das Image Ihres Unternehmens vor einem breiten Publikum, vor der ganzen Welt.

- ▶ Sie treffen auf Ihre Zielgruppe!  
Dokumentieren Sie Ihre Innovationskraft den Besuchern und Mitbewerbern live!
- ▶ Setzen Sie Trends!
- ▶ Investieren Sie in die Zukunft Ihres Unternehmens!
- ▶ Erkennen und bewerten Sie Ihre Chancen im Vergleich zum internationalen Wettbewerb!

Messen sind gemeinsam mit dem persönlichen Verkauf die wichtigsten Instrumente in der Business-to-Business-Kommunikation.

Im globalen Denken liegt der wirtschaftliche Erfolg der Zukunft. Das beweisen jährlich mehr als 160.000 Aussteller, davon nahezu die Hälfte aus dem Ausland und 10 Millionen Besucher. Der Messeplatz Deutschland ist der führende Messe-Standort der Welt. Zwei Drittel aller führenden Branchen-Messen finden hier statt.



## ... Erfolg messen konkret ...

Messen bieten wie kein anderes Medium unmittelbare Resonanz der Zielgruppen und direkte marktanalytische Erkenntnisse.

Messebeteiligungen rechnen sich: Weil Messen die geringsten Streuverluste im Kontakt mit der jeweiligen Zielgruppe vorweisen. Mit zwanzig qualifizierten Kontakten pro Tag ist die Messe effektiver als alle anderen Marketing-Maßnahmen.


Um Erfolg messbar zu machen gilt es, ein – gemessen an den eigenen Zielen – möglichst vollständiges Bild der Standbesucher, ihrer Ziele und ihrer Produktinteressen zu bekommen.

### Was haben Sie erreicht? Prüfen Sie nach, es lohnt sich!

Eine hohe Anzahl neuer Kontakte in der Zielgruppe und die genaue Aufnahme potentieller Kundenwünsche.

Ein unerreicht günstiges Nutzen-Kosten-Verhältnis beim Knüpfen qualitativ hochwertiger Besucherkontakte.

Das eigene Image in der Branche gesteigert und Leistung dokumentiert. Geschäfte angebahnt, die über den Außendienst und andere Absatzinstrumente zum Abschluss geführt werden.



# Messe fit?

Ihre Messebeteiligung ist ein komplexes Projekt und bedarf der fundierten Vorbereitung.

Festlegen der Unternehmensziele, Budgetplanung oder das Briefing der Messebaufirma sind nur drei der Aufgaben, die bei der Vorbereitung einer Messe neben vielen anderen gelöst werden müssen.

Mit der vorliegenden CD-ROM wollen wir Messe-Neulinge aber auch Messe-Erfahrene ansprechen und ihnen helfen, die vielen Faktoren einer erfolgreichen Messebeteiligung noch transparenter zu gestalten.

## Ready for Trade Fairs

Der AUMA-Messeplaner führt Sie durch alle Bereiche der Messenvorbereitung, -durchführung und -nachbereitung.

Weiterhin finden Sie einen Messekostenkalkulator und Materialien, Checklisten in EXCEL- und PDF-Format, mit denen Sie aktiv arbeiten können. Und viele, viele Informationen rund um Messen mit der Verknüpfung ins Internet zu aktuellen Inhalten.

Noch Fragen offen?

Rufen Sie uns an: 030-26 00 001



# Messe fit



## Halle 1: Marketinginstrument Messe

Im Marketing-Mix der Firma nehmen Messebeteiligungen einen besonderen Platz ein. In diesem Kapitel beleuchten wir die Vorteile und Besonderheiten des Mediums Messe.



## Halle 2: Messeplatz Deutschland

Der Messeplatz Deutschland ist weltweit die Nr. 1 bei internationalen Messen. Von den global führenden Messen finden rund zwei Drittel in Deutschland statt.



## Halle 3: AUMA – Verband der Messewirtschaft

Der 1907 gegründete AUMA, die Spitzenorganisation der deutschen Messe- und Kongresswirtschaft, ist Dienstleister und Lobbyverband für die gesamte Branche.



## Halle 4: Messeplaner – 10 Schritte zum Messeerfolg

Messebeteiligungen brauchen eine gute, fundierte Vor- und Nachbereitung, um erfolgreich zu sein. In dieser Halle sind alle Bereiche der Messeplanung, Vorbereitung, Durchführung und Auswertung chronologisch aufgeführt.



## Halle 5: Messe Checklisten

Checklisten erleichtern die Arbeit. Laden Sie sich die EXCEL-Tabellen und arbeiten Sie aktiv damit oder drucken Sie die PDF-Dateien aus.



## Halle 6: Messe Services

Adressen, Publikationen zum Download und anderes Wissenswertes finden Sie in dieser Halle.



**Info-Zentrum** Sitemap der CD-ROM



**www.auma-messen.de** Verbindung zum AUMA-Internet-Angebot



**MesseNutzenCheck** Instrument zur Berechnung der Messe-Effizienz. Bestimmen Sie das Kosten-Nutzen-Verhältnis Ihrer Messebeteiligungen.



**Messe Max (Spiel)**



**VIP-Lounge (Gimmick)**

Drei coole Cocktailrezepte, mit und ohne Alkohol, für die Bewirtung Ihrer Gäste.



**Hilfe** Anleitung zur Bedienung der CD-ROM



**Adressen** Nationale und internationale Adressen der Messewirtschaft.



**Licht+Schatten** Fragebogen zur CD-ROM



Halle 1  
Marketing-  
instrument  
Messe



Halle 2  
Messeplatz  
Deutschland



Halle 3  
AUMA



Halle 6 Messe-Services



Halle 5  
Messe  
Checklisten



Halle 4  
Messeplaner  
10 Schritte zum Messeerfolg

