

# Expertentipp im Drei-Länder-Kurier

## Warum auf Messen gehen?

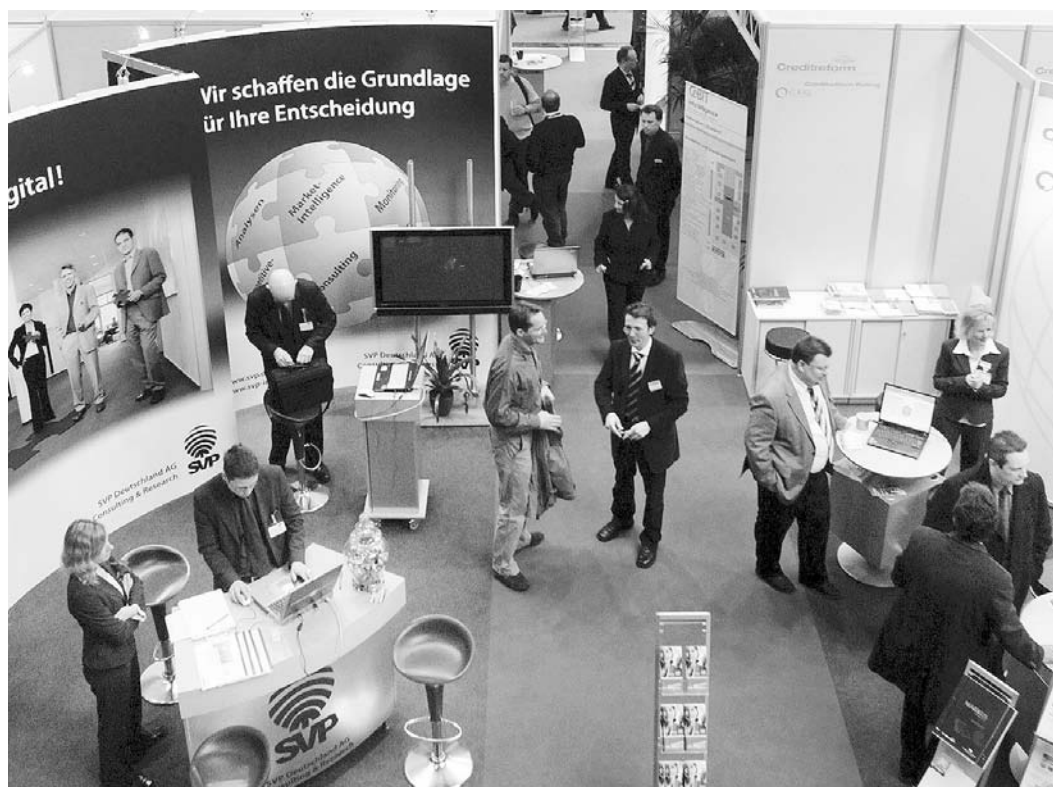
In dieser Ausgabe richtet sich der Expertentipp wieder eher an die Unternehmer unter den Lesern. Es geht um das Thema "Messen" oder vielmehr um die Frage "Warum ist eine Messebeteiligung für Unternehmen sinnvoll?".

Messen scheinen zugegebenermaßen ein gewisses Images als Auslaufmodell zu besitzen. Dies liegt nicht zuletzt an den Konsumentenerwartungen und am Siegeszug des Internets.

Vor einigen Jahren dienten Messen als Quelle der Informationsbeschaffung. Heute holt man sich die Informationen aus der Web. Das geht schneller, 24 Stunden am Tag, 7 Tage die Woche, ortsunabhängig und anonym. Wer heute Informationen benötigt, wartet nicht mehr auf die Messe, die vielleicht erst wieder im nächsten Jahr stattfindet. Nein, er geht ins Internet, zuhause oder in einem so genannten Internet-Café und holt sich die Information aktuell quasi just-in-time.

Wenn die Situation für Messen denn so dramatisch ist, warum sollte man als Unternehmer noch an einer Messe teilnehmen?

Messen der heutigen Zeit sind keine reinen Informationsbeschaffungsveranstaltungen mehr, sondern vielmehr Kontaktbörse, Netzwerke zwischen Anbietern und Interessenten sowie Anbietern und Anbietern, Konkurrenzbeobachtung, Kommunikationsplatz und so weiter. Man trifft heute auf einer Messe meist nur noch Menschen, die ganz gezielt Ihr Interesse an einem Produkt, einer Dienstleistung oder einem Kontakt befriedigen wollen. Dies lassen sie sich im Detail alles in lockerer und unverbindlicher Atmosphäre erklären und knüpfen gleich einen persönlichen Kontakt zum Verkäufer und die Techniker oder Handwerker. Und nach der Messe sprechen sie den Verkäufer direkt an und schließen dann den Vertrag mit diesem ab. Für diese neue Zielsetzung eignen sich aber auch nur noch Messen mit echten Schwerpunkten, einer echten Branchenorientierung und einer gezielten Besucheransprache, denn warum sollte ein Wohnungsmieter auf die Heinsberger Baumesse gehen, wenn er nicht an einem Neubau oder einer Sanierung seiner eigenen vier Wände interessiert wäre. Die reinen Gucker und Sammler werden immer



weniger, denn nur der echte Bedarf an einer Dienstleistung oder einem Produkt bewegt einen Interessenten, gezielt auf eine Fach-Veranstaltung zu gehen und Kontakte zu potenziellen Anbietern zu knüpfen.

### Kein Geld für Messen?

Diese Aussage wird relativ oft als Begründung geliefert, um Veranstaltern abzusagen. Zugegebenermaßen kostet ein Messeauftritt, auch wenn er noch so klein ist, Geld. Aber haben Sie sich ernsthaft mal gefragt, was Sie stattdessen machen, um direkte Kundenkontakte zu generieren, um potenzielle Kunden kennen zu lernen? Der AUMA Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e.V. in Berlin hat die Problematik in einer einfachen Frage formuliert:

"Welche Kosten würden entstehen, um die Messeziele durch andere Instrumente zu erreichen, d.h. welche Kosten anderer Instrumente werden durch die Messe eingespart?"

Wenn Sie wissen wollen, welchen Nutzen Sie durch eine Messebeteiligung haben und welche Kosten auf Sie zukommen, machen Sie doch einfach eine Kosten-Nutzen-Analyse mit dem kostenlosen MesseNutzenCheck der AUMA unter [www.auma-messen.de](http://www.auma-messen.de).

Es kommt sicher immer auf das Business, das Geschäftsfeld an, ob und wie sich eine Messebeteiligung lohnt. Es gibt Bereiche, die für einen Messeauftritt nicht geeignet sind, sicher. Aller anderen sollten über den Fall eines regionalen Bauträgers, der während der Erkelenzer Baumesse zwei Häuser verkauft hat, nachdenken. Für ihn war der Messeauftritt refinanziert und erfolgreich. Gerade bei kleinen Messen fällt der Quadratmeterpreis für einen Messestand und damit die aufzubringende Investition eher gering aus. Mit einem vernünftigen Auftritt kann man sicher so viele Aufträge während oder nach der Messe generieren, damit sich der Auftritt lohnt. Übrigens: Dass Messen und Internet keinen Widerspruch an sich sind, zeigt der Trend, dass jede fast Messe auch eine Online-Version besitzt und es sogar schon reine Internet-Messen gibt. Hier werden die Vorteile von Internet und Messen miteinander kombiniert.

Weitere Information zum Thema: [www.niederrheinmessen.de](http://www.niederrheinmessen.de)

Expertentipp von:

Markus Dannhauer  
Geschäftsführer mdcp Messen & Marketing GmbH  
Mönchengladbach  
Telefon: 02166-2171913