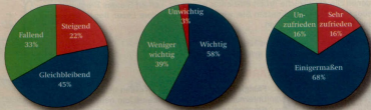


# Messen im Bedeutungswandel



Wie schätzen Sie die zukünftige Bedeutung von Messen ein? (Grafik links.) Welche Bedeutung haben Messen als Vertriebsinstrument? (mitte) Wie zufrieden waren Sie mit den Kundenkontakten? (rechts)

Die Messen in Deutschland unterliegen einem signifikanten Bedeutungswandel. Der Trend geht weg von großen Messen hin zu überschaubaren Fach- und Hausmessen, so eine aktuelle Umfrage der Beratungsgesellschaft Xenagos aus Frankfurt am Main in Kooperation mit acquisa.

Das auf Recruiting von Vertriebsprofis spezialisierte Unternehmen befragte im November rund 1.625 Vertriebsfachleute zwischen Flensburg und Füssen nach der Bedeutung von Messen als Vertriebsinstrument. Ergebnis: Messen sind nicht mehr in erster Linie der Ort, um sich über Produktneuheiten zu informieren. Diese Funktion übernimmt das Internet – mit steigender Tendenz. Als Instrument zur persönlichen Kontaktpflege behalten sie gleichwohl ihre Bedeutung. »In einer

Zeit, in der Produkte immer einheitlicher werden, bieten Messen Raum für besondere Kundenerlebnisse«, resümiert Geschäftsführer Christopher Funk. Weitere Umfrageergebnisse: Die Kosten für den Messeauftritt werden durch die Vertragsabschlüsse selten wieder eingespielt. Auch für die Neukundengewinnung eignen sich Messen laut Umfrage weniger gut. »Messeauftritte sind unter diesem Gesichtspunkt umstritten«, so Funk.

Etwas mehr als die Hälfte (58 Prozent) der befragten Vertriebsexperten hält Messen für ein wichtiges Vertriebsinstrument, 39 Prozent für ein weniger wichtiges und drei Prozent für ein unwichtiges. Auch reine Hausmessen werden der Umfrage zufolge immer wichtiger.

→ [www.xenagos.de](http://www.xenagos.de)