



Zentrale Kontaktstelle

Der Messestand soll ein Blickfang sein, zum Verweilen einladen, ein Wohlgefühl hervorrufen und für nachhaltige Erinnerungswerte sorgen. Aussteller und Messestandbauer setzen dabei auf individuelle sowie kostengünstige Lösungen.

O b Messebauer Guido Niestrath in Sternwede, M.G.S Werbe- und Messebau in Aachen, stand-design.de in München, Messestandbau Schreinerei Nübel in Aichhalden oder Messebau Ralf Fauska in Karlsruhe, alle bestätigen den Trend zu individuellen Ausstellungsständen, möglichst weg von Einheitslösungen wie sie vor allem von Messgesellschaften als kostengünstige Serviceleistungen für Aussteller angeboten werden. Jost Michelmann, Geschäftsführer von stand-design.de, erklärt: „Nach langen Jahren der Einschränkungen und des Sparens geht der Trend beim Messebau wieder in Richtung höhere Ansprüche an Gestaltung und Architektur.“ Entsprechend seinen Erkenntnissen legen seit einigen Monaten viele Aussteller verstärkt Wert auf eine individuelle Gestaltung und ein hochwertiges Standkonzept. Vorreiter dieses Umschwungs waren exportorientierte Anbieter

auf internationalen Messen. Michelmann: „Endlich wird wieder mehr Kreativität im Messebau gefordert.“

Die Positiventwicklung bestätigt der Fachverband Messe- und Ausstellungsbau (FAMAB) in Rheda-Wiedenbrück, die Organisation der qualitätsgeprüften Messebauunternehmen in Deutschland. In 2006 haben die Verbandsmitglieder nach einer vorläufigen Schätzung mit einem Plus von rund einem Prozent abgeschlossen. In Zahlen heißt das, die Mitglieder überbauten im vergangenen Jahr rund 5,2 Millionen Quadratmeter Messefläche, das beinhaltet die Errichtung von über 52.000 Messeständen, und erzielten einen Umsatz von rund 1,6 Milliarden Euro. Fast ein Sechstel der Dienstleistungen erbrachten die Messebauer außerhalb von Messegeländen, beispielsweise bei Road-Shows oder Marketing-Events. Ein Viertel des Umsatzes erwirtschafteten

sie mit ausländischen Auftraggebern, ein Siebtel mit Aufträgen im Ausland. Zum Vergleich: In 2002 betrug der Umsatzanteil mit ausländischen Auftraggebern ein Achtel und mit Aufträgen im Ausland ein Neuntel.

Strenges Kostendiktat

Elfie Adler, FAMAB-Geschäftsführerin, erklärt: „Es sind vor allem kleine und mittelgroße Unternehmen sowie Erstaussteller, die das Messestandgeschäft beleben.“ Und bei denen sei das Kostendiktat noch sehr streng, was auch die Standflächenstatistik widerspiegelt. Derzeit beträgt die durchschnittliche Messestandgröße in Deutschland rund 40 Quadratmeter. Die Durchschnittsfläche bei den erstmaligen Ausstellern liegt bei 20 Quadratmeter. Die Crux ist nach Tobias Unger von T&T Konzeptbau in Leichlingen: „Je kleiner der Stand, desto schwerer ist es, ihn innovativ zu gestalten und von den anderen abzugrenzen.“ Und Dittmar Müller, Vorstandsmitglied bei Chritto in Kürten, macht auf den Trend aufmerksam: „Viele Aussteller haben, unabhängig von der Standgröße, mittlerweile eigene Vorstellungen, die vom Messebauunternehmen perfekt umgesetzt werden sollen.“ Ungeachtet dessen informiert Verbandsgeschäftsführerin Adler: „Unter dem Stichwort ‚Starter-Paket‘ haben wir ein Konzept entwickelt, bei dem der Aussteller auf individuelle Beratung und Gestaltung durch einen Messebauer setzen kann und gleichzeitig eine Garantie erhält, dass seine Budgetvorgaben nicht überschritten werden.“

Angestrebt ist ein Erfolgsbaukasten, aus dem die Aussteller wählen können, der sie vor der Uniformität von Standardpaketangeboten der Messeveranstalter bewahrt und ihnen stattdessen eine individuelle Präsentation ermöglicht, die zugleich eine Abgrenzung zum Wettbewerb gewährleistet. Durch die Beratung und Unterstützung der Messeprofis soll es für den Messeeneuling möglich sein, einen Auftritt zu erhalten, der gezielt auf seine Bedürfnisse und Belange eingeht und ihn zu einem erfolgreichen Daueraussteller macht. Für Messebauer Jost Michelmann ist das alles auch mit einer kreativen Herausforderung bezüglich Sparsamkeit verbunden. Werner Rennings von Raum-Messe-Licht in Stuttgart ergänzt: „Standkosten müssen eine überschaubare Position im Vergleich zu den gesamten Kosten eines Messeauftritts bleiben.“ Und das gelte unabhängig davon, ob der Stand vornehmlich aus Systembauteilen besteht, ein von A bis Z entworfenes Individualbauwerk oder eine Mischform aus beiden Bereichen darstellt.

Individuelle Ausstellerstände sind angesagt

Für den Karlsruher Messebauexperten Ralf Fauska geht der Trend hin zu kleinen, feinen, individuellen Ausstellerständen, erstellt von Standbauern, die möglichst alles aus einer Hand anbieten können – von System- bis exklusive Designerstände, von Miet- bis Kaufstände. Peter Theede von Depla Messebau in Elmshorn ergänzt: „Von traditioneller Bauweise bis hochmodernen Lö-

sungen.“ Bei der Philosophie „Alles aus einer Hand“ scheiden sich allerdings die Geister, manche Messefirmen machen sogar einen Interessenskonflikt aus. Ihr Argument: Wenn Design und Baumaterial von einem Unternehmen kommen, dann wird die Verwendung von vorhandenem Material forciert, statt sich nach wirklich optimalen Lösungen umzuschauen. Plädiert wird für eine Trennung, die für das Messestanddesign zuständige Firma soll aufgabengerecht Bauteilelieferanten suchen.

Peter Theede kann hiermit wenig anfangen, stolz sagt er: „Ob klein oder groß, eckig oder doppelstöckig, in unserer eigenen Werkstatt wird jeder Messestand von uns geplant und gefertigt.“ Auch Frank Schaffrath, Geschäftsführer bei Messe Bauer in München, bewertet die Eigenproduktion positiv: „Wir planen und realisieren die bauliche Ausführung unserer Projekte mit eigens entwickelten modularen Elementen, die wiederverwendet, modifiziert und problemlos weltweit eingesetzt werden können.“ Chritto bietet ebenfalls alle Leistungen vom Designer bis zum Schreiner. Bei TRT Konzeptbau reicht das Angebot ab Planung und Design von individuellen Messeständen bis zur Umsetzung mit hochwertigen Materialien und modernen Baustoffen.

Für Messebauer Fauska hat das Mieten eines Messestandes den Vorteil, dass für einen festgelegten Zeitraum eine bestimmte Anzahl an Systemteilen und Ausstattungsgegenständen zu definierten Kosten für den Aussteller bereitstehen. Und zwar an einem zuvor vereinbarten Ort, abnahmefertig. Zu den Mietgegenständen im Einzelnen gehören vor allem Bodenbeläge, Wände, Türen, elektrische Einrichtungen, Möbel, Regale und die komplette Küchenausstattung. Auf Mietstände greifen nach dem Messeexperten Unternehmen meist dann zurück, wenn die Mietkosten günstiger als die Kosten für Transport und Aufbau des vorhandenen Ausstellungsstandes sind, so bei Messeterminüberschneidungen, die veranstaltungsbezogen einen zusätzlichen Stand notwendig machen und bei kurzfristigen oder einmaligen Standvergrößerungen. Erstausssteller nutzen Mietstände, um auf

Standkonzeption | Messestand in Planung

Die Konzeption eines Messestandes unterteilt sich in fünf Schritte. Die wichtigsten Fragen der Standbauer zu den einzelnen Schritten an Aussteller sind:

Aufgaben: Soll der Messestand überwiegend Aufgaben in den Bereichen Präsentation, Verkauf oder Gesprächsanbahnung erfüllen?

Betonung: Sind Produkte, Leistungen, Neuheiten, Kompetenz oder Marke in den Vordergrund zu stellen?

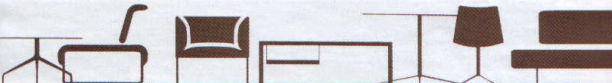
Fläche: Wie groß ist die Ausstellfläche? Welche Flächen- und Raumaufteilungen – Präsentation, Kundenempfang, Gesprächsinseln, Beratungsräume, Küche, Theke, Vorratsraum – sind erwünscht?

Vorgaben: Welche Corporate Design-Richtlinien gilt es zu beachten? Wie hoch ist das Kostenbudget? Bestehen Vorstellungen bezogen auf bauliche Umsetzung und Optik des Messestands?

Standbau: Welche Materialien, System- und individuelle Lösungen sowie Beleuchtungskonzepte kommen in Frage? Wo und wie sind die Exponate und die Messebotschaften zu platzieren?

Messen die Erfolgsaussichten für das eigene Angebot zu testen. Laut FAMAB-Geschäftsführerin Elfie Adler bieten viele Messebaubetriebe Mietstände an. Sie beraten auch, ab wann sich ein eigener Stand für ein Unternehmen rechnet. Der Tipp der Verbandsmanagerin: „Bei häufiger Nutzung einer angemieteten Lösung, jeweils in ähnlicher Größe und Ausführung, ist der Besitz eines eigenen Standes wahrscheinlich kostengünstiger.“ Dann allerdings sind im Messe-Etat laufende Kosten für Lagerraum, Mitarbeiter zum Ein- und Auslagern, Auf- und Abbauen und Instandhalten mit zu berücksichtigen.

Tessa Kiefler



Ausstellerserviceplan | Messestandbau in geregelten Bahnen

Für Konzeption, Herstellung und Errichtung eines Messestands gelten verschiedene Vorschriften, die sich je nach Ausstellungsort teils wesentlich unterscheiden. Die Auflagen werden den Ausstellern und Messebauern von den Messegesellschaften in einem so genannten Ausstellerserviceplan mitgeteilt. Sie beziehen sich im Wesentlichen auf Vorschriften, die das Gelände und die Veranstaltung betreffen, auf Bauauflagen, welche sich auf die Nutzung der vorhandenen Messebauten beziehen, und auf bevollmächtigte Geschäftspartner, die sich zum Beispiel um das Ab- und Aufladen von Standmaterialien kümmern:

Standbau: Vorschriften für Geländezufahrten und Geländeabfahrten, Zeiten für Beginn und Beendigung des Standaufbaus

und Standabbaus, Anlieferungsbestimmungen für Hallen, Kosten für zusätzliche Auf- oder Abbauteile.

Bauvorschriften: Auflagen für maximale Bauhöhen in Massiv- und Leichtbauhallen sowie in Foyers und im Freigelände, Bestimmungen für doppelstöckige Stände, Vorgaben für Deckenabhängungen in Hallen und Foyers, Installationsvorschriften für Versorgungskanäle, Einholfristen für Zustimmung von Standnachbarn.

Bevollmächtigungen: Geregelte Zuständigkeiten von Unternehmen für das Ab- und Aufladen von Exponaten und Messebaumaterialien sowie Einlagern von Voll- und Leergut, die Messe Freiburg beispielsweise hat für derartige Aufgaben ausschließlich die Spedition Schenker beauftragt.