

Die Voraussetzungen einer erfolgreichen Messebeteiligung.

Die Messebeteiligung ist die Königsdisziplin des Marketing! Sie verlangt eine sorgfältige und professionelle Vorbereitung, Durchführung und Nachbearbeitung. Gerade erfolgreiche KMU's geraten diesbezüglich mit ihren eigenen personellen Kapazitäten oft an deren Grenzen. Die Messeorganisatoren und spezialisierte Unternehmen verfügen über Dienstleistungspakte, welche die Voraussetzungen für eine erfolgreiche Messebeteiligung des Ausstellers schaffen.

Die Messe ist ein hocheffizientes, aber auch komplexes Instrument der Marketingkommunikation. Wie mit keinem anderen Instrument lassen sich eine Vielzahl individueller Ziele parallel verfolgen. Entsprechend vielfältig kann der Nutzen einer Messebeteiligung sein. Voraussetzung ist allerdings, dass die Vorbereitung, die Durchführung und die Nachbearbeitung entsprechend sorgfältig und professionell erfolgen. Die Messe hat sich in den vergangenen Jahren stark gewandelt. Wo sie früher ein kurzfristig eingesetztes, taktisches Verkaufsinstrument war, hat sie sich insbesondere im B2B-Bereich zum operativen, oft sogar strategischen Instrument der Marketing- und Vertriebspolitik gewandelt. Nicht mehr das einzelne Produkt steht im Vordergrund der Bemühungen, sondern die Kommunikation einer klaren Botschaft zur Unternehmung, ihrer Unternehmens- und Markenwerte sowie ihrer Position und Stellung im Markt sind die vorrangigen Kommunikationsinhalte. Eine gute Messe ist nicht nur ein konzentriertes Abbild des entsprechenden Marktes, sie ist die Begegnungsplattform des Marktes und führt, wie schon von Alters her, Angebot und Nachfrage zusammen. Dies allerdings auf einer höheren Ebene. In diesem Sinne sind die Messeorganisatoren zu Partnern in der Marktbearbeitung der Aussteller, wie auch der potentiellen Besucher auf der Beschaffungsseite geworden. Die Messe schafft Transparenz, sie zeigt Entwicklungstendenzen auf, sie wird zur Test-, Begegnungs- und Kommunikationsplattform. Sie wird zur veritablen Leistungsschau einer Branche, eines Verbandes, einer Region oder des ganzen Landes. Messen „made in Switzerland“ bzw. „made by VMS-members“ wird zum Qualitätsanspruch und Versprechen. Dies ist die eine Seite, die Seite des Messeorganisations, der die organisatorischen und infrastrukturellen Rahmenbedingungen schafft.

Um das Instrument Messe professionell zu nutzen und die getätigten Messeinvestitionen auch zu rentabilisieren, ist eine professionelle und langfristige Planung und Vorbereitung der Messe mindestens so wichtig, wie die sorgfältige Nachbearbeitung der an der Messe erarbeiteten Kontakte und Projekte. Die Messe gehört auf die Stufe der Unternehmens- bzw. der generellen Marketingplanung. Das Instrument Messe schöpft erst dann ihr gesamtes Potenzial vollständig aus, wenn die Messebeteiligung als integrierter Bestandteil aller Marketingmassnahmen gesehen und entsprechend in der Planung integriert wird. Dazu gehört u.a. dass erst dann der volle Nutzen der Messe erzielt werden kann, wenn im Vorfeld eine detaillierte Auslegeordnung aller an der Messe zu verfolgenden Ziele geschaffen und eine klare Botschaft an den Markt (oder die Messebesucher) verfasst wurde. Darüber hinaus gilt es, die kritischen Erfolgsfaktoren der erfolgreichen Messebeteiligung sorgfältig zu planen und vorzubereiten. Dies sind, neben den bereits genannten, messespezifischen Zielsetzungen, das Einladungsmanagement und die Besucherkommunikation, die Standgestaltung und die non-verbale Kommunikation am Messestand, die Wahl der Exponate und der zu vermittelnden Botschaft, das bestens vorbereitete, informierte und motivierte Standpersonal sowie die lückenlose Nachbearbeitung der Messe.

Die Messe ist zum Event geworden. Sie ist ein Erlebnis für alle Sinne. Dies unterscheidet die Messe von allen anderen Marketinginstrumenten. Die Messe ist Marketing live! Auf diesem Instrument professionell „zu spielen“, bringt sehr oft gerade die erfolgreichen, kleineren und mittleren Unternehmen, welche durch ein boomendes Tagesgeschäft voll absorbiert sind, an die Grenzen ihrer personellen Kapazität. Entsprechend leidet die sorgfältige Vorbereitung und, damit leider zu oft, der erwartete Messeerfolg! Das Instrument wurde nur suboptimal eingesetzt und genutzt. Diese Problematik haben die Messeorganisatoren und spezialisierte Unternehmen erkannt und bieten dem Aussteller Dienstleistungspakete an, welche die Voraussetzungen für eine erfolgreiche Messebeteiligung schaffen. Und dieser Messeerfolg (aber auch die nicht realisierten Potenziale) lässt sich präzise messen. Nutzen sie die Chancen einer professionellen Messebeteiligung – für ein erfolgreiches Messejahr 2009! Weitere Auskünfte dazu erteilt Ihnen gerne die Geschäftsstelle der Vereinigung Messen Schweiz – VMS.

Bruno Lurati
Geschäftsführer
Vereinigung Messen Schweiz - VMS