



## Messebeteiligungen Erfolgreich auf Messe

**Christiane Wittig**

**Messen sind erfahrungsgemäß für besonders erklärungsbedürftige Dienstleistungen und Produkte ein erfolgreiches und unverzichtbares Marketinginstrument. Trainings- und Beratungs-Dienstleistungen gehören dazu. Aber wie wird eine Messebeteiligung auch wirklich zum Erfolg? Hier eine Zusammenfassung der wichtigsten Punkte.**

### Messeziel

Zuerst gilt es, das Messeziel zu definieren. Mögliche Ziele können z.B. sein:

- Gewinnung von Neukunden
- Pflegen und Vertiefen von bestehenden Kontakten
- Vorstellung von Produkt- / Dienstleistungsneuheiten
- Erschließung neuer Märkte
- Steigerung des Bekanntheitsgrades

### Messeauswahl, Zielgruppenanalyse

Wer nicht weiß, welche Messe für ihn die richtige ist, kann sich bei der Auma informieren ([www.auma.de](http://www.auma.de)). Hier erhält man Informationen über Art der Veranstaltungen, Termine, Zielgruppen, Besucherstrukturen, etc.

Ohne eine fundierte Zielgruppenanalyse ist die Messebeteiligung wie das Angebot eines Büromöbelherstellers an einen Puppenhausfarikanten.

### Messekosten

Für Unternehmen und Trainer, die Kosten sparen wollen, bieten sich oft Kooperationen mit anderen Firmen oder Gemeinschaftsstände an. Diese Beteiligungen sind oft schon unter 1.000,- € (ohne Personalkosten) möglich.

Das Trainertreffen organisiert seit Jahren für seine Mitglieder solche Gemeinschaftsstände. Im TT-Mitglieder-Intranet finden Sie dazu weitere Informationen.

### Messepersonal

Die meisten Aussteller sind der Meinung, das wichtigste auf einer Messe sind die Produkte. Weit gefehlt. Analysen der Erfolgsfaktoren von Messe-Präsentationen zeigen: Nur 40 % des Erfolges entfallen auf die Produkte, 20% auf die Standgestaltung, aber weitere 40 % auf das Standpersonal! So punktet man z.B. schon mit der Vermeidung von eingefahrenen Formulierungen wie: „Kann ich Ihnen helfen?“ die von ca. 98 % des Messepersonals angewandt wird und mit einem klaren „Nein“ abgeschmettert werden kann.

Vermeiden Sie geschlossene Fragen und versuchen es einfach mal mit: „Wie kann ich Ihnen helfen?“ Damit ist der erste Schritt zu einem weiterführenden Gespräch bereits vorprogrammiert.

### Messevorbereitung

Bei der Messevorbereitung haben sich Checklisten bewährt, z.B. für:

- Kostenkalkulation,
- Standgestaltung,
- Standausrüstung,
- Logistik.

Diese Checklisten sollten nach jeder Messe auf Aktualität überprüft und ggf. ergänzt werden. Dadurch ersparen Sie sich bei der nächsten Messe das erneute Durchdenken der Abläufe und können auf gemachte Erfahrungen zurückgreifen. Das spart Zeit und vermeidet Fehler.

Checklisten-Vorlagen finden Sie im Internet oder in Ihrem MindManager® (MindMapping-Software) eine vorbereitete MindMap dazu, mit der man vorzüglich arbeiten kann.

### Messeaktionen

Aktionen auf der Messe sorgen für Aufmerksamkeit. Prüfen Sie, ob es zusätzliche Präsentationsmöglichkeiten auf der Messe gibt, zu denen Sie sich anmelden können, z.B. zu Vorträgen, Diskussionsforen o.ä.

### Einladungen

Sie möchten auf der Messe gerne neue Kunden gewinnen? Dann sorgen Sie durch rechtzeitige Einladung Ihrer Wunschzielgruppe vor der Messe dafür, dass man sich mit Ihnen auf der Messe trifft. Am besten mit einer etwas anderen Gestaltung und Ansprache als Ihre Mitbewerber. Konzipieren Sie die Einladungen mit dem Herzen Ihrer Zielgruppe.

Verbinden Sie die Einladungen evtl. mit einem Gewinnspiel um so einen weiteren Anreiz für den Messebesuch zu schaffen.

### Messenachbereitung

An dieser Stelle scheitern die meisten Messebeteiligungen noch im Nachhinein. Wer

sich keine Zeit nimmt für eine gründliche Nachbereitung wirft das investierte Geld zum Fenster hinaus.

Verschicken Sie die gewünschten Unterlagen sofort nach der Messe und vereinbaren Sie spätestens eine Woche nachher Termine.

Als Kundenbindungsmaßnahme bieten sich auch Dankes-Briefe an die Besucher oder zur erneuten Kontaktaufnahme „Schade-dass-Sie-nicht-kommen-konnten“ - Schreiben an.

### Erfolgskontrolle

Machen Sie unbedingt eine Erfolgskontrolle. Nur so können Sie feststellen, ob sich Ihre Messebeteiligung auch gerechnet hat. Dazu gehört aber nicht nur das Zählen der Gesprächsberichte, sondern die konkrete Auswertung anhand des definierten Messezieles.

### 13 Tipps für eine erfolgreiche Messebeteiligung

1. Formulieren Sie ein konkretes Messeziel
2. Definieren Sie Ihre Zielgruppe
3. Treffen Sie Ihre Messeauswahl
4. Prüfen Sie, ob sie dort die gewünschte Zielgruppe erreichen
5. Legen Sie eindeutige Zuständigkeiten für die Messedurchführung fest
6. Bereiten Sie die Messe mit Checklisten vor
7. Bereiten Sie Ihr Standpersonal professionell auf die Messe vor
8. Erstellen Sie Einladungen für Kunden und Interessenten
9. Informieren Sie sich über den Wettbewerb auf einem Messerundgang
10. Verlassen Sie Ihren Stand nur zu günstigen Zeiten
11. Nehmen Sie Ihr handy mit auf den Rundgang
12. Planen Sie genügend Zeit für die unverzügliche Nachbereitung ein
13. Machen Sie eine Erfolgskontrolle

In diesem Sinne wünsche ich Ihnen eine erfolgreiche Messebeteiligung.

**Christiane Wittig**, Jahrg. 1949, Werbekauffrau, Trainerin und Inhaberin von wws. Leistungsangebot: Seminare für Werbung, Messen und PR sowie Organisation und Durchführung von Lern-Events und Trainings on the job für Arbeitsorganisation und Zeitmanagement. Lizenzierte Trainerin für das LPA-System, erlernbare Menschenkenntnis

### wws Werbung und Schulung

**Waldperlacher Str. 16  
81739 München  
Tel. 089 - 601 31 04  
Fax: 089 606 13 55  
info@wws-wittig.de  
www.wws-wittig.de**