

MESSE IM TREND!

**STUDIE ZU AKTUELLEN ENTWICKLUNGEN
BEI MESSEAUFTRITTEN**

INHALT

1 HINTERGRUND

- 1.1 Trend ist im Trend
- 1.2 Es ist Messe...
- 1.3 Messetrends und "Messe im Trend!"

2 AUSGANGSSITUATION

- 2.1 Fachmessen im Wandel
- 2.2 Eine Herausforderung für die Messemacher

3 DER FACHBESUCHER: MITTELPUNKT DER MESSE

- 3.1 Was man über seine Kunden wissen sollte
- 3.2 Qualität statt Quantität - Besuchererwartungen im Fokus
- 3.3 Jeder Besucher ist anders

4 DIENSTLEISTUNG MESSE

- 4.1 Eine neue Funktion
- 4.2 Dienstleistung und Kundenverhalten
- 4.3 Service - aber wie?
- 4.4 Von A bis Z - Der Messedienstleistungsprozess

5 IST-ANALYSE: AKTUELLE ENTWICKLUNGEN IM MESSEWESEN

- 5.1 Die Messegesellschaften
 - 5.1.1 Analyse der Messeinformationen
 - 5.1.2 Aktuelle Aspekte des Messemanagement
- 5.2 Die Messeaussteller
 - 5.2.1 Analyse der Messeinformationen
 - 5.2.2 Aktuelle Aspekte des Messemanagement

6 ZUR ZUKUNFT DER MESSE: MEINUNGEN DER BETEILIGTEN

- 6.1 Die Messegesellschaften
 - 6.1.1 Struktur der befragten Messegesellschaften
 - 6.1.2 Auswertung der Ergebnisse
- 6.2 Die Messeaussteller
 - 6.2.1 Struktur der befragten Unternehmen
 - 6.2.2 Auswertung der Ergebnisse

7 FOKUS AUF DIE MESSE VON MORGEN

7.1 Die Messegesellschaften - Trends und Anforderungen

7.2 Die Messeaussteller - Trends und Anforderungen

8 ZUKUNFTSSZENARIO: DIE MESSE DER ZUKUNFT

9 TIPPS UND LINKS

10 MEHR WERT - WIE SIE DIESE STUDIE NUTZEN KÖNNEN

11 WHO IS WHO? ZUM UNTERNEHMEN

GESCHÄFTE BRAUCHEN BEGEGNUNGEN...

Geschäfte brauchen Begegnungen, den persönlichen Kontakt und das Vertrauen in den Partner. Auch wenn das Internet immer mehr an Bedeutung gewinnt, geht es nicht ohne die **KOMMUNIKATION** von Mensch zu Mensch.

MESSEN bieten hierfür die Plattform, sie bringen Menschen zusammen, schaffen Raum für Gespräche und bieten Möglichkeiten zur Diskussion und Interaktion sowie möglichst viele Kontakte zu vorhandenen und potenziellen Kunden. Es geht um die Beziehung zum Kunden, um das Erkennen seiner Wünsche und das Bieten individueller Lösungen.

So gehören Messen seit jeher zum **KOMMUNIKATIONSREPertoire** von Unternehmen. Im Grunde sind Messen kein Ort, damit Unternehmen ihre Produkte ausstellen können wie in einem Museum. Das "Anfassen verboten"- Schild bleibt zuhause, denn hier gilt es Produkte und Dienstleistungen erlebbar zu machen.

Die Messe erfüllt heute mehr denn je die Rolle einer **DIENSTLEISTUNG**. Sie ist ein Mehrwert für den Fachbesucher. Sie bekommen die Möglichkeit, ihre Partner persönlich kennen zu lernen und Vertrauen zu fassen. Folglich muss ein Messeauftritt dem individuellen Anspruch gerecht werden, welchen jeder Fachbesucher an eine Messe stellt.

Der Wirbel um die Kundenorientierung und **SERVICEANGEBOTE** bei Messen ist schon seit längerer Zeit zu vermerken. Doch was heißt Service für Fachbesucher? Was tun Messegesellschaften wie auch Aussteller um den Ansprüchen ihrer Kunden gerecht zu werden? Wird Service tatsächlich bedarfsgerecht umgesetzt und wo kann man noch mehr tun?

Für alle Unternehmen, die sich den **ANFORDERUNGEN** stellen und sich zukunftsfähig machen wollen, bietet "Messe im Trend!" aktuelle Informationen und Implikationen für das optimale Messemanagement im Sinne Ihrer Kunden.

Mit Überlegungen zu Marketing, Vertrieb, Kommunikation und Service erfolgt die Betrachtung der Messe aus Sicht der Messegesellschaften wie auch Aussteller, die sich serviceorientiert den **BEDÜRFNISSEN** ihrer Kunden stellen und diesen umfassend und auf höchster Qualitätsebene begegnen wollen.



BLICKEN SIE IN DIE ZUKUNFT! MIT DER STUDIE *MESSE IM TREND!*

FACHMESSEN IM WANDEL

PROFESSIONALITÄT UND QUALITÄT in hohem Maße zeichnen die Fachmessen von heute aus. Die Attraktivität einer Messe steigt und fällt mit der Qualität des Ausstellerportfolios und der Besucherstruktur.

Wenn beide aufeinander treffen, entsteht genau das was eine hervorragende Fachmesse ausmacht: das **POTENZIAL** Probleme zu lösen, Entwicklungen voran zu treiben und Geschäfte zu machen.

Die Fachmesse als Plattform für neue technische und wirtschaftliche Problemstellungen bietet **LÖSUNGEN** in konzentrierter Form. Hier werden Neuheiten gezeigt, Kontakte geknüpft und Fachgespräche geführt.

Für Besucher wie auch Aussteller ist die Fachmesse der Ort, um sich mit Gleichgesinnten auszutauschen und die Trends der Zukunft zu erkennen. Umso mehr steigen die **ANSPRÜCHE**. Sind Aussteller und Besucher früher wie selbstverständlich einen Branchentreff besucht, wird heute öfters nachgefragt, ob es sich auch noch um einen solchen handelt.

Marktführer bleiben fern - und ebenso die Besucher. Da fragt man sich: Ist der vollständige **ÜBERBLICK** über die Branche noch gegeben?

Heute müssen Messegesellschaften wie auch Aussteller sich mehr einfallen lassen, um diesen Ansprüchen zu genügen. **QUALITÄT UND BEGEISTERUNG** für eine Messe werden zu wichtigen Voraussetzungen, dass der Besucher wieder kommt.

Ebenso reicht heute nicht mehr nur seinen Stand aufzubauen und auf die Kunden zu warten. Der **MARKTBESUCHER** von heute will vor Ort das, was er im Internet nur auf einem Bild gesehen hat, live erleben, anfassen und erklärt haben – und er will begeistert werden.

Diese **SCHNITTSTELLE** sollte so optimal wie möglich gestaltet sein. Der Fachbesucher als Kunde rückt in den Mittelpunkt des Interesses, denn bleibt er der Messe fern, verliert sie ihre Bedeutung.

Gerade bei Fachbesuchern ist die Zeit für einen **MESSEBESUCH** in Relation zum angestrebten Nutzen gering. Er geht nicht zum Vergnügen auf eine Messe, er erhofft sich Inspirationen, Lösungen und Gespräche, um seine vorher definierten Anforderungen erfüllt zu sehen.

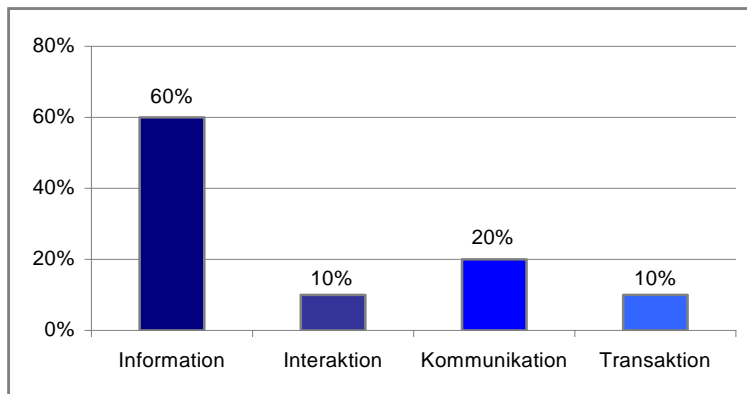
SPECIAL - INTEREST -
MESSEN ...

STEHEN FÜR...

DAS GEBALLTE
PROBLEMLÖSUNGS-
POTENZIAL EINER
BRANCHE.

INFORMATIONEN SIND DAS A UND O

Im Hinblick auf die Funktionen der Angebote lässt sich auch hier erkennen: Das Internet ist immer noch vorrangig **INFORMATIONSQLLE**.

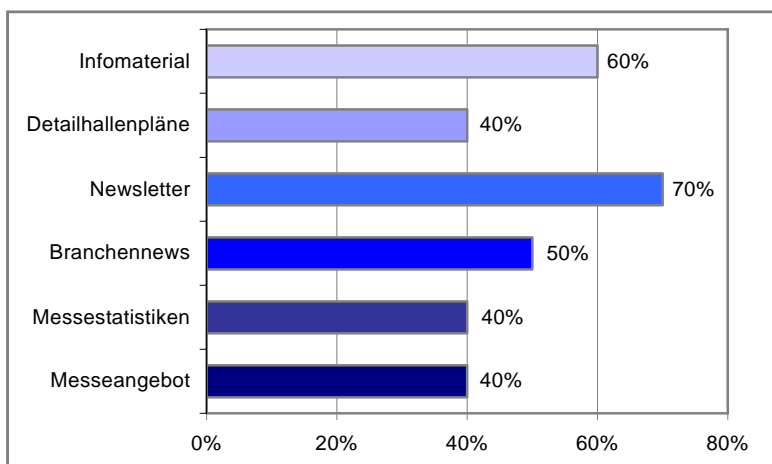


ONLINE-ANGEBOTE
DER MESSEGESELLSCHAFTEN

INFORMATION

Basisinformationen zu Messe, Anreise, Unterkunft und Freizeit sind auf allen Messeseiten zu finden. Jedoch: Nur sechs der zehn untersuchten Websites stellen ihren Besuchern **AUSFÜHRLICHE INFORMATIONEN** zum Messeangebot, Zielgruppen und Schwerpunkten zur Verfügung.

Doch wie soll der Besucher herausfinden, ob ein Messebesuch sich lohnt, wenn er nicht einmal weiß, ob die Messe das bieten kann was er braucht? Hier wird sich noch zu sehr auf den Namen der Messe verlassen. **DETAILS** bleiben außen vor.



INFORMATIONANGEBOTE
DER MESSEGESELLSCHAFTEN

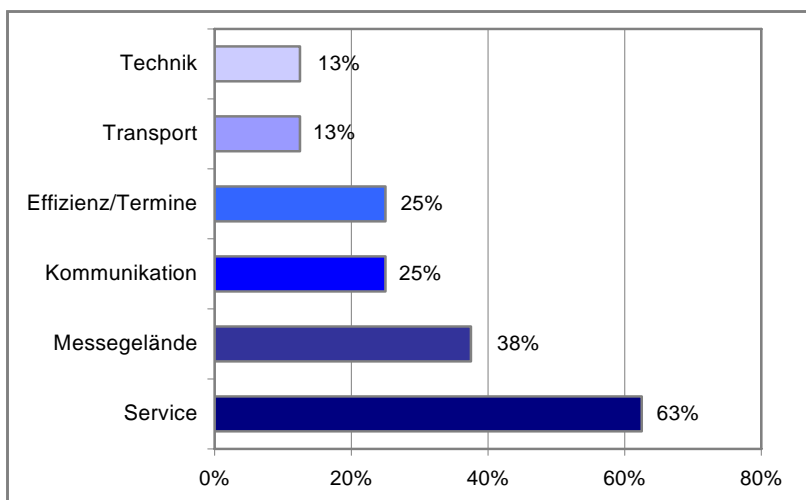
FRAGE 2:

WELCHE VERÄNDERUNGEN KONNTEN SIE BEI DEN ERWARTUNGEN DER FACHBESUCHER AN SIE ALS MESSEGESELLSCHAFT IN DEN LETZTEN JAHREN FESTSTELLEN?

Die Messegesellschaften haben es in den letzten Jahren hautnah erfahren: Die Kunden werden anspruchsvoller und legen mehr Wert auf ein **HOCHWERTIGES UMFELD** wie auch einen **ERSTKLASSIGEN SERVICE**.

Die zentrale Bedeutung von Service im gesamten **MESSEPROZESS** wird für die Messemacher damit zum Thema Nummer Eins. Die steigenden Ansprüche der Fachbesucher setzen ein funktionales und kundengerechtes **SERVICE- UND INFORMATIONSMANAGEMENT** voraus.

Vor allem die zunehmende **ZIELORIENTIERUNG** und Fokussierung im Messebesuch der Aussteller soll dadurch unterstützt werden.



Hier wird deutlich: die Ansprüche an die Messegesellschaften sind im Gegensatz zu den Erwartungen an die Aussteller weitaus breiter angelegt und betreffen den **MESSEBESUCH IN GÄNZE**.

70% der interviewten Messemacher bestätigten uns die gestiegenen Erwartungen ihrer Kunden. Dabei beziehen sich diese höheren Anforderungen vor allem auf zwei Felder.

„FACHBESUCHER SIND WIE DIE AUSSTELLER AUCH VERWÖHNTER ALS FRÜHER.“

DER BESUCHER ERWARTET HEUTE MEHR ALS NOCH VOR **ZEHN JAHREN**.

<<<

DIE WICHTIGSTEN FACHBESUCHERERWARTUNGEN AUS VERANSTALTERSICHT

„FRÜHER HAT MAN SICH **LOCKER** AUSGETAUSCHT, HEUTE LÄUFT DAS WEITAUS **ZIELORIENTIERTER**.“

MEHR WERT - WIE SIE DIESE STUDIE NUTZEN KÖNNEN

Diese Studie zeigt neue ENTWICKLUNGEN UND TRENDS der Messe auf. Diese können als Ansatz für die Ausrichtung neuer Markt- und Kundenstrategien gelten. Nutzen Sie diese Studie, um Ihre Konzepte und deren Umsetzung im eigenen Unternehmen unter die Lupe zu nehmen und mit bestehenden Erwartungen zu vergleichen:

1. Die Studie liefert einen Überblick über die AUFFASSUNGEN von Markt und Kunden zur Bedeutung von Service für den Messeerfolg.
2. Sie können ihr eigenes Unternehmen im Hinblick auf KONZEPTE zu Entwicklungen der „Messe als Dienstleistung“ kritisch beleuchten und im Vergleich zu anderen Unternehmen Ihrer und anderer Branchen spiegeln.
3. Durch die aufgezeigten Trends und Entwicklungen erhalten Sie ANREGUNGEN zur zukunftsfähigen Gestaltung ihrer Messestrategien.
4. Falls Sie bei der Analyse der gegenwärtigen Gegebenheiten in Ihrem Unternehmen professionellen Rat suchen, bieten wir Ihnen an, mit ihnen gemeinsam ANSÄTZE für neue Messekonzepte zu erarbeiten
5. Auf Wunsch führen wir für Sie eine KURZANALYSE durch, in der wir Ihre Daten Benchmarks aus Ihrer und anderen Branchen gegenüberstellen und Handlungsfelder ausweisen.

Für weitere INFORMATIONEN ZUR STUDIE und Fragen zu „Aktuellen Entwicklungen bei Messeauftritten“ steht Ihnen Ihr Ansprechpartner im **X [iks]** gerne zur Verfügung:

Dirk Zimmermann

Fon 0331/88 71 588

ePost: Dirk.Zimmermann@DieServiceForscher.de