

Mehr Erfolg durch Messen!

Ein Merkblatt der Industrie- und Handelskammer Hannover

1. Einleitung

1.200 Messeplätze. 31.000 Messen pro Jahr. Rund 4,4 Millionen Aussteller. Und 260 Millionen Besucher: Messen sind für Unternehmen nach wie vor ein großartiges Marketinginstrument.¹ Sicherlich ist ein Tweet schnell getippt, ein Instagram-Foto fix hochgeladen und eine Skype-Konferenz in die USA allemal billiger als der Flug über den Ozean. Doch auf Messen kann man Kunden noch persönlich überzeugen, Technik im Dialog vermitteln und sogar konkrete Geschäfte abschließen. Deutschen Ausstellern, so hat eine Studie des Verbandes der deutschen Messewirtschaft e.V. (AUMA) herausgefunden, sind Messen wichtig – um die Bekanntheit von Unternehmen und Produkten zu erhöhen, Stammkunden zu pflegen, Neukunden zu gewinnen und zielgerichtet neue Produkte und Leistungen zu präsentieren. Und deswegen sind Messen auch das wichtigste Marketinginstrument in ihrer Kommunikationsstrategie – unmittelbar nach der eigenen Homepage. Dennoch: Messen sind aufwendig. Und kosten Geld. Deswegen sollten Unternehmen ihren Messeauftritt sinnvoll planen, umsetzen und abschließend natürlich auch evaluieren. Helfen können hier Messekennzahlen, Berichte, Arbeitshilfen und andere Werkzeuge aus der Messewirtschaft.

2. Messetermine und Messeplätze

Ob der Messeauftritt erfolgreich ist, hängt von vielen Kriterien ab. Zu Beginn steht hier überhaupt erst einmal die Auswahl der richtigen Messe. Mit durchschnittlich 31.000 Messen pro Jahr und etwa 1.200 Messeplätzen fällt die Entscheidung nicht unbedingt leicht. Im Inland helfen Marktkenntnis und ein Blick auf die Auftritte der Wettbewerber. Aber im Ausland fällt der Vergleich schon schwieriger. Anstehende Verbände und Institutionen bieten eine gezielte Recherche von Messen. Neben Terminen, Orten und Branchenschwerpunkten werden auch zusätzliche Informationen über Aussteller- und Publikumszahlen veröffentlicht.

AUMA - Verband der deutschen Messewirtschaft e.V.

Der AUMA stellt in einer Messedatenbank aktuelle Daten und Fakten zu über 5.000 Messen in Deutschland und im Ausland zur Verfügung. Für viele Messen sind neben den Terminen und Kerndaten auch detaillierte Kennzahlen der Messen sowie Daten zur Herkunft von Ausstellern und Besuchern hinterlegt. Zusätzlich erlaubt das Tool auch eine ausschließliche Suche von Messen, die von der Bundesrepublik Deutschland oder den Bundesländern gefördert werden. Hilfreich mag dem ein oder anderen auch die Informationsreihe „Messemärkte Ausland“ erscheinen.

¹ Ausstellungs- und Messeverband der Deutschen Wirtschaft e.V. Zahlen & Fakten. Der Messemarkt.

Abgerufen am 28.19.218 unter: <https://www.auma.de/de/zahlen-und-fakten/messemarkt>

- [Messdaten Deutschland](#)
- [Messdaten Weltweit](#)
- [Auslandsprogramme des Bundes](#)
- [Auslandsprogramme der Länder](#)
- [Informationsreihe Messemärkte Ausland](#)

m + a expodatabase

Die dfv Mediengruppe/ m + a internationale Messemedien stellt über die ExpoDataBase eine Terminvorschau sowie detaillierte Angaben zu über 2.800 Messen in Deutschland und rund 20.000 Messen weltweit zur Verfügung. Außerdem ist eine ausschließliche Recherche im europäischen, amerikanischen oder asiatischen Messekalender möglich.

- [Messdaten Deutschland](#)
- [Messekalender Europa](#)
- [Messen in Amerika](#)
- [Messen in Asien](#)

Euro Fair Statistics

Auch die Gesellschaft zur Freiwilligen Kontrolle von Messe- und Ausstellungszahlen, FKM, stellt internationale Messe- und Ausstellungszahlen bereit. Eine zu empfehlende Lektüre ist die Euro Fair Statistics-Broschüre mit Zahlen von rund 2.000 Messen in 22 Ländern, die jährlich von der FKM in Zusammenarbeit mit anderen europäischen Zertifizierungsorganisationen herausgegeben wird.

- [Messdatenbank](#)
- [FKM-Berichte](#)

Messen.de

Das Portal Messen.de listet Verbrauchermessen und Fachmessen in Deutschland, Österreich, der Schweiz und den Niederlanden aus sämtlichen Bereichen der Wirtschaft und des Handels.

[Messen.de Datenbank](#)

IHK Hannover

Was im Bundesland Niedersachsen los ist, zeigt der jährliche Messe- und Ausstellungskalender der IHK Hannover.

[Niedersächsischer Messe- und Ausstellungskalender 2019](#)

3. Erfolgreich ausstellen

Auf Messen auszustellen ist kein Hexenwerk. Dennoch sind am Ende einer Messe bestimmte Aussteller immer zufriedener als andere. Weil sie erfolgreicher waren, ihre Ziele erreicht haben. Haben sie einfach mehr Geld investiert? Hatten eine absolute Produktneuheit? Oder waren alte Hasen im Messegeschäft? Vielleicht. Vielleicht haben sie ihre Beteiligung aber auch einfach nur richtig gut geplant und umgesetzt. Eine Auswahl an Werkzeugen für eine erfolgreiche Planung und Umsetzung des Messeauftrittes bieten zum Beispiel:

Messe Fit

Die AUMA Toolbox bietet sowohl Einsteigern, Profis als auch Messeagenturen umfangreiche Tipps rund um das Thema Ausstellung. Hier kann man planen, rechnen und organisieren: Messebeteiligung - ja oder nein? Welche Messe und warum? Zu welchen Kosten und mit welchem Nutzen? Mit welcher Vorbereitungszeit und wieviel Personal?

Während Einsteigern in zehn Schritten erläutert wird, warum, wann und wie Messen erfolgreich sein können, bekommen Profis kurz und bündig den Weg zum garantierten Messeerfolg erklärt. Checklisten gibt es auch.

- [Tipps für Messeinsteiger](#)
- [10 Schritte zum Messeerfolg](#)
- [Checklisten](#)

m + a ExpoOrganiser

Aktionspläne für den Standbau, Muster für Besuchereinladungen oder Gesprächsnotizen, Checklisten für Events am Stand oder Kostenkalkulationen – der m + a ExpoOrganiser bietet eine Bandbreite an hilfreichen Excel-Tabellen und Formularen, die bei Planung, Durchführung und Nachbereitung der Messe eingesetzt werden können.

[m + a ExpoOrganiser – Das Powertool für Messeaussteller](#)

MesseNutzenCheck

Mit dem MesseNutzenCheck stellt der AUMA eine Software zur Planung, Berechnung und Bewertung einer Messebeteiligung für Aussteller. Ganz hilfreich, um den Nutzen der Messe zu quantifizieren und den Kosten gegenüberzustellen.

[MNC - MesseNutzenCheck](#)

4. Messeförderung

Die Beteiligung an einer Messe kostet Geld. Keine Frage. Und im Vergleich zu anderen digitalen Kommunikationsmedien auch mehr Geld. Weil Messen aber gleichzeitig Chancen bieten, die andere Kommunikationsformate nicht leisten können, lohnt es sich immer mögliche Fördermittel zu überprüfen, bevor eine Beteiligung aufgrund von finanziellen Gründen abgeschrieben wird.

In Deutschland wird die Beteiligung an einer Messe hauptsächlich von den Bundesländern gefördert. Der Bund fördert ganz gezielt und ausschließlich junge und innovative Unternehmen an bestimmten internationalen Leitmessen. Anders sieht es hingegen im Ausland aus. Hier gibt es nicht nur Förderung von den Ländern. Über das Auslandsmesseprogramm (AMP) des Bundes können verschiedenste Unternehmen, insbesondere aber kleine und mittelständische Betriebe, in den Genuss einer Förderung kommen.

Förderprogramm in Deutschland durch den Bund:

[Messeprogramm junge innovative Unternehmen](#)

Förderprogramme in Deutschland durch die Bundesländer:

- [Übersicht: Förderprogramme der Länder](#)
- [Förderprogramme in Niedersachsen – Gemeinschaftsbeteiligungen](#)

Förderprogramme im Ausland durch den Bund:

- [Förderprogramme im Ausland](#)
- [Sondermesseprogramm der Exportinitiative Energie](#)
- [Informationen zu den Beteiligungsformen des AMP](#)

Förderprogramme im Ausland durch die Bundesländer:

- [Übersicht: Förderprogramme der Länder](#)
- [Niedersachsen Messeförderung – Einzelaussteller im Ausland](#)

5. Dienstleister gesucht?

Vom Standbauunternehmen über Cateringfirmen oder Hostessen bis hin zum Logistiker – Messedienstleister leisten einen wesentlichen Bestandteil zum Erfolg der Messe. Angebote und Gesuche finden sich ausreichend – in Fachzeitschriften, auf eBay Kleinanzeigen oder auch in Online-Datenbanken. Plattformen, die eine hohe Anzahl an Anbietern bieten, sind unter anderem:

- Die [m+a expodatabase](#) listet über 7000 Messedienstleister weltweit. Recherchiert werden kann nach Branchen, Ort, Land oder Kontinent. Zum Thema [Messebau](#) gibt es eine separate Suche für Messebausysteme in verschiedenen Ländern.
- Von Catering über Messepersonal bis hin zum Transport – auf [messen.de](#) oder [Messeninfo](#) findet man Dienstleister rund um die Messe.

Bei der Suche nach Messedienstleistern im Ausland lohnen sich neben der Empfehlung oder den Partnern des lokalen Messe-Veranstalters auch immer die Erfahrungswerte der [Deutschen Auslandshandelskammern](#).

6. Rund um die Messe: Daten, Trends und Inspirationen

- [TFI - Trade Fairs International - Das Wirtschaftsmagazin für Messen und Märkte](#) mit vielen Informationen rund um das Thema Messe. Besonders zu empfehlen sind die Berichte in dem Bereich „Praxis“, mit Highlights, Tipps und Beispielen aus dem Bereich Messebau und Design.
- [The Global Association of Exhibition Industry – UFI](#) ist der Interessenverband der weltweit größten Veranstalter von Messen und Eigentümer von Messegebäuden mit Sitz in Paris.
- [fama – Fachverband Messen und Ausstellungen](#) versammelt mit rund 40 Mitgliedern einen wesentlichen Teil der deutschen Messewirtschaft.
- [exxpo.com - Das Messeportal](#) mit internationalen Messe-News, exklusiven Interviews und Innovationen aus allen Branchen - inklusive großem Messenavigator.
- [FAMAB Kommunikationsverband e.V.](#) mit Informationen rund um das Thema Marketing, Kommunikation, Event und Messrecht und eigenem Blog.

Hinweis



Industrie- und Handelskammer
Hannover

Dieses Merkblatt soll – als Service Ihrer Industrie- und Handelskammer Hannover – nur erste Hinweise geben und erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Obwohl es mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt wurde, kann eine Haftung auf die inhaltliche Richtigkeit nicht übernommen werden.

Stand: Oktober 2018

Autor

Pia-Felicitas Homann
Abteilung International
Tel. (0511) 3107-289
Fax (0511) 3107-456
homann@hannover.ihk.de

Industrie- und Handelskammer Hannover
Schiffgraben 49
30175 Hannover
www.hannover.ihk.de