



Wertvolle Messetipps für Unternehmen

Nahe Zeitung vom Donnerstag, 21. Januar 2010, Seite 17 (jst)

Rund 100 Besucher kamen zur Informationsveranstaltung in die neue Halle. Mit der Eröffnung der Messehalle im vergangenen Jahr versucht Idar-Oberstein sich als Messestandort zu profilieren. In einem Seminar sollten Unternehmer aus der Region für Messeauftritte fit gemacht werden.

IDAR-OBERSTEIN. Messen sind für viele Unternehmen ein wichtiges Instrument für Verkauf und Marketing, die steigende Anzahl von Messen belegt auch deren immer noch wachsende Bedeutung. Allerdings sind Messebesuche auch mit einem großen Aufwand an Zeit und Kosten verbunden - die sich nicht immer auszahlen. Schon vor zwei Jahren hatte die Idar-Obersteiner Messeleitung sich daher an die Kreisverwaltung gewandt, um auf einer Veranstaltung Unternehmern aus der Region das notwendige Know-how für einen erfolgreichen Messeauftritt zu vermitteln. Gemeinsam mit der Industrie- und Handelskammer Koblenz, der Handwerkskammer Koblenz, der Stadt Idar-Oberstein, der Regionalinitiative Rhein-Nahe-Hunsrück und dem Europa- und Innovationscenter Trier wurde nun unter dem Motto "Fit for Fairs" ein entsprechendes Angebot gemacht. Mehr als 100 Vertreter von Unternehmen und Verbänden, die ins Foyer der neuen Messehalle gekommen waren, zeigten, wie groß der Bedarf an entsprechenden Informationen ist.

"Es gibt kaum eine andere Möglichkeit, in so intensiven Kontakt mit seinen Kunden zu kommen", warb Messe-Geschäftsführer Kai-Uwe Hille dafür, an Messen teilzunehmen, die auch wegen ihrer "geringen Streuverluste" unter dem Strich ein kostengünstiges Marketinginstrument seien. Auch Michael Dietz, Leiter der Stabsstelle Wirtschaftsförderung bei der Kreisverwaltung, der die Veranstaltung moderierte, riet dazu, dieses Instrument bewusst und effektiv zu nutzen.

Die Diplom-Betriebswirtin Heike Sommerauer-Dörzapf, Inhaberin der Firma Messe Focus, verdeutlichte bei ihren Ausführungen, dass Messen ein wirksames "Multifunktionsinstrument" zur Steigerung des wirtschaftlichen Erfolgs sein können. "Das erfordert allerdings nicht nur eine sorgfältige Vorausplanung", unterstrich die Expertin. "Mindestens ebenso wichtig ist die systematische Nachbereitung unmittelbar nach dem Ende der Messe." So sei unbedingt erforderlich, alle Anfragen und Kontakte, die sich durch die Messe ergeben hätten, unmittelbar zu bearbeiten und zu verwerten.

Über die Möglichkeiten auf Messen Kooperationsbörsen einzurichten und sich damit unternehmerisch breiter aufzustellen, berichtete Wolfgang Treinen vom Europa- und Innovationscenter Trier. Er beschrieb das Instrument des "matchmaking", des gezielten Aufbaus von wichtigen Kontakten auf Messen, als zentrales Element für einen erfolgreichen Messeauftritt. Christiane Zügner von der HWK informierte über finanzielle Fördermöglichkeiten für Messeteilnahmen.

Über ihre Messepraxis berichteten zwei Unternehmer aus der Region. Ralph Effgen, Hersteller von Spezialzubehör für Maschinen, erklärte anhand seines Konzeptes der Standgestaltung und Messevorbereitung, wie man durch sorgfältige Planung und konzeptionelle Überlegungen die Chancen eines Messeauftritts effektiv nutzen kann. Dr. Konrad Henn, Geschäftsführer bei dem Edelsteinunternehmen Karl Faller in Kirschweiler, machte deutlich, dass man bei den unterschiedlichen Messestandorten auch unterschiedliche Strategien verfolgen müsse.

