



Messe – Quo Vadis

Um es gleich vorweg zu nehmen, nach wie vor ist die Messe als Forum für Kontakte und zur Imagebildung unerlässlich! So das klare Ergebnis der Podiumsdiskussion „Messe – Quo Vadis“, zu der am 15. September 2005 der Analytik Management Zirkel (AMZ) unter Vorsitz von Dr. Dietrich Hauße einlud. Der AMZ, der die Interessen der Analytikbranche vertritt, hat sich in den letzten Monaten vielen Diskussionen zum Thema „Messe“ gestellt und bot mit der außergewöhnlichen Podiumsdiskussion die ideale Plattform zur Annäherung der Interessen von Messegesellschaften und Ausstellern. Im Mittelpunkt der Diskussion stand die Frage, was „Messe“ heute für die Herstellerfirmen und Aussteller bedeutet, wie sie sich darauf vorbereiten, was sie erwarten, was sie sich wünschen und wie eine ideale Messe aussehen könnte oder müsste. Dazu wurde eigens ein Thesenpapier erstellt, basierend auf einer Studie der Unternehmerberatung HT-CON. Es ist zum ersten Mal in dieser Form gelungen, renommierte Vertreter der Messegesellschaften mit Marketingspezialisten namhafter Firmen in einer Podiumsdiskussion zusammen zu bringen. Lediglich die Dechema fehlte auf dem Podium.

Ausgesprochen offen äußerten sich die Vertreter der anwesenden Messegesellschaften zu den verschiedenen Bereichen der Messewelt mit der Intention, bei Folgeveranstaltungen die interessanten Ergebnisse der Diskussion einfließen zu lassen.

So strebt die Analytica eine stärkere Europäisierung an. Die Biotechnica will ihre Stellung als europäische Leitmesse für Biotechnologie weiter ausbauen. Hierzu sind in Zukunft auch Abstimmun-

gen und gegebenenfalls Kooperationen mit anderen Veranstaltern denkbar.

Während die Ilmac bereits Gastkarten für die Aussteller kostenfrei zur Verfügung stellt, führt die Analytica ein System ein, in der freie Gastkarten im Verhältnis zur Ausstellungsfläche vergeben werden. Die Biotechnica prüft neue Lösungen für Gastkarten. Gute Resonanz rufen Paketlösungen für Serviceleistungen hervor, bis hin zu Anreise und Unterkunft, können



verschiedene Angebote noch verbessert werden.

Messegesellschaften und Aussteller sind sich einig, dass der Kunde, auf den es letztlich ankommt, der (Fach-)Besucher der Messe ist. Seine Interessen richten sich vor allem auf Neuheiten, Information und Marktübersichten. Die Messegesellschaften denken intensiv darüber nach, mit welchen Angeboten sie einen Zusatznutzen für den Besucher in diesem Bereich generieren können.

Bei Aktivitäten der Aussteller in dieser Richtung, insbesondere wenn solche Aktivitäten von mehreren Ausstellern gemeinsam getragen werden (Showlabor, Forumsprogramm o.ä.), werden die Messegesellschaften bei den Standpreisen starkes Entgegenkommen zeigen, wenn gesichert ist, dass auf solchen Flächen keine reine Produktpräsentation stattfindet. Die Aussteller verpflichten sich, Neuheiten, die sie auf der Messe präsentieren wollen, den Messegesellschaften rechtzeitig



V.l.n.r.: Ulrich Walter, Moderator; Susanne Grödl, Projektleiterin Analytica, Messe München, Herr Dittrich, Geschäftsführer Messe München; Axel Semrau, Geschäftsführer der Axel Semrau GmbH; Robert Appel, Projektleiter Ilmac, Messe Basel; Dr. Wolfram Roddatz, Geschäftsführer BioRad, Dr. Andreas Gruchow, Direktor Internationale Messen, Dt. Messe Hannover; Dr. Karen Nass, Marketingleiterin Millipore; Dr. Dietrich Hauffe, Vorsitzender des AMZ und Geschäftsführer Dionex GmbH.

mitzuteilen, damit diese darauf in ihren Werbeaktivitäten hinweisen können. Die Messegesellschaften haben großes Interesse daran, das Adressenmaterial ihrer Aussteller für eigene Mailings zu nutzen. Sie bieten Preisnachlässe an für Aussteller, die ihre Adressen dafür zur Verfügung stellen (bei Verbleib der Adressen beim Aussteller). Die Messegesellschaften bieten Preisnach-

lässe bei gegenseitiger Verlinkung der Websites an. Die Analytica hat die Produktgruppen im Online-Katalog bereits im Zusammenhang mit Fachleuten der Branche bearbeitet. Die Biotechnica verspricht, das ebenfalls in Angriff zu nehmen und ihre Online-Registrierung bis zum Dezember 2005 weiter zu verbessern. Die Analytica denkt intensiv über einen Frühbucherrabatt

nach, den Ilmac und Biotechnica bereits gewähren. Die Messegesellschaften sind sich bewusst, dass Regularien und bürokratische Auflagen eine starke Belastung für die Aussteller darstellen und arbeiten weiter an Angleichung der Regularien und Abbau der Bürokratie. Die Messegesellschaften begrüßen den Dialog mit den Ausstellern und wollen ihn gerne fortsetzen.

KONTAKT

Dionex GmbH
Dietrich Hauffe
Am Wörtzgarten 10
65510 Idstein
dietrich.hauffe@dionex.de
www.dionex.de