

ERFOLGSBASIS VERBRAUCHERAUSSTELLUNGEN

Direkt-Kommunikation · Direkt-Verkauf





Messen und Ausstellungen in Deutschland

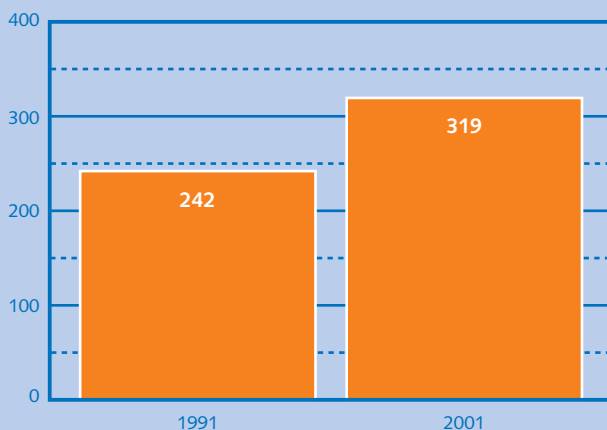
Allgemeine Verbraucherausstellungen sind Teil des Gesamtmarktes für Messen und Ausstellungen in Deutschland.

Der AUMA – Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e. V. – veröffentlicht regelmäßig Statistiken über die Entwicklung des Messeplatzes Deutschland:

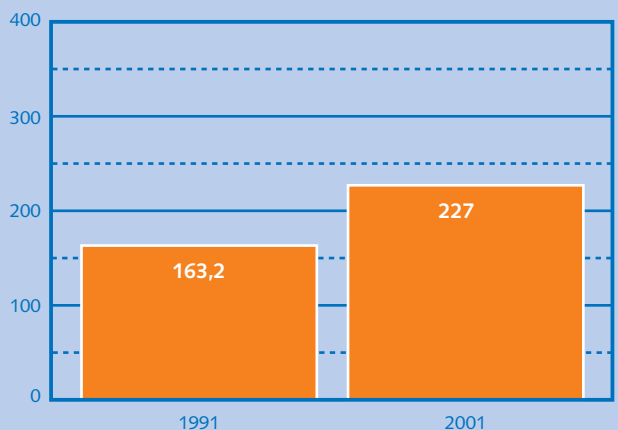
Die Zahl der Messen und Ausstellungen hat sich von 242 in 1991 auf 319 im Jahr 2001 erhöht, nicht zuletzt durch das Entstehen neuer Märkte und Spezialisierungen.

Im gleichen Zeitraum erhöhte sich die Zahl der Aussteller um 40 % von 163.200 auf 227.000. Deutliches Zeichen, dass immer mehr Unternehmer Messen und Ausstellungen als hervorragendes Kommunikationsinstrument und wichtigen Absatzkanal bewerten.

Messen und Ausstellungen in Deutschland



Aussteller auf Messen und Ausstellungen in Deutschland (Zahl der Aussteller in 1.000)



Peter Winter, Vorstandsvorsitzender WIV
Wein International AG

„Verbraucherausstellungen stehen auf der Liste unserer Marketing-Maßnahmen seit Jahrzehnten obenan. Besonders in konjunkturfahlen Zeiten sind Verbraucherausstellungen für uns erfolgreiche Absatzkanäle und unverzichtbar.“



Verbraucherausstellungen – B2C-Kommunikation

Messen als Teil des Marketing-Mix werden in Deutschland gemeinhin als Orte der Kommunikation zwischen Geschäftsleuten angesehen: Business-to-Business, kurz B2B-Kommunikation.

Dabei wird häufig übersehen, dass mit Verbraucherausstellungen hervorragende Marketing-Instrumente vorhanden sind, um den Konsumenten direkt anzusprechen. Die direkte Ansprache, der direkte Verkauf an den Verbraucher: Business-to-Consumer, B2C-Kommunikation.

Der AUMA hat, in Zusammenarbeit mit dem FAMA – Fachverband Messen und Ausstellungen e. V. –

und der IDFA – Interessengemeinschaft Deutscher Fachmessen und Ausstellungstädte – Verbraucherausstellungen und ihren heutigen und zukünftigen Stellenwert bei Ausstellern untersuchen lassen.

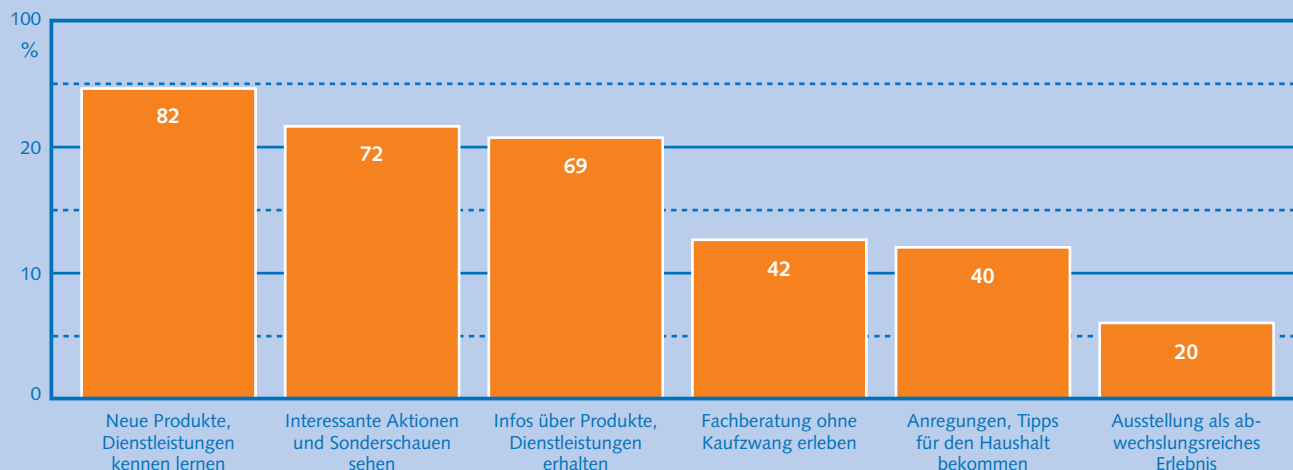
Ergebnis: Verbraucherausstellungen als bedeutende Absatzkanäle werden oft unterschätzt.

Einige ungerechtfertigte Vorurteile wurden erfasst, die mit den Ergebnissen der Untersuchung leicht widerlegt werden können.

Verbraucherausstellungen haben und behalten auch in Zukunft einen hohen Stellenwert für erfolgreiches Marketing und erfolgreichen Direkt-Verkauf.

Die vollständige Studie „Verbraucherausstellungen in der B2C-Kommunikation“ kann beim AUMA (AUMA edition Nr. 12) bestellt werden.

Gründe für den Besuch von Verbraucherausstellungen (Mehrfachnennungen)





**Bernd Wittman, Vorstand Vertrieb
Vorwerk Deutschland**

„Verbraucherausstellungen sprechen viele verschiedene Käufergruppen an, die auch für Vorwerk, als der Anbieter hochwertiger Raumpfleegeräte, von großem Interesse sind. Wir nutzen Verbraucherausstellungen als effektiven Weg, mit neuen Kunden ins Gespräch zu kommen und gewachsene Kundenbeziehungen zu pflegen.“

Vorurteil Ausstellungenbeteiligungen sind zu teuer!

Fakt Die Hälfte aller Aussteller, die an ein bis zwei Ausstellungen im Jahr teilnehmen, geben weniger als 20.000 EUR dafür aus.

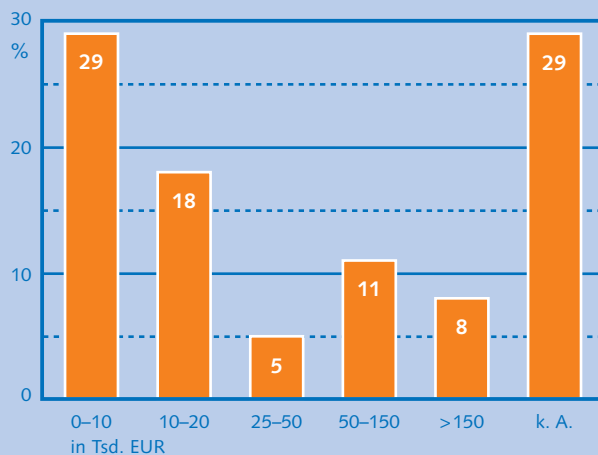
Fazit Im Face-to-Face-Business sind Ausstellungenbeteiligungen unschlagbar preiswert.

Vorurteil Zu wenig Besucher auf Verbraucherausstellungen!

Fakt Über 4 Millionen Deutsche besuchen Verbraucherausstellungen regelmäßig. Fast 11 Millionen tun dies gelegentlich. 15 Millionen Konsumenten können nicht „zu wenig“ sein. Kein anderes Medium kann da mithalten.

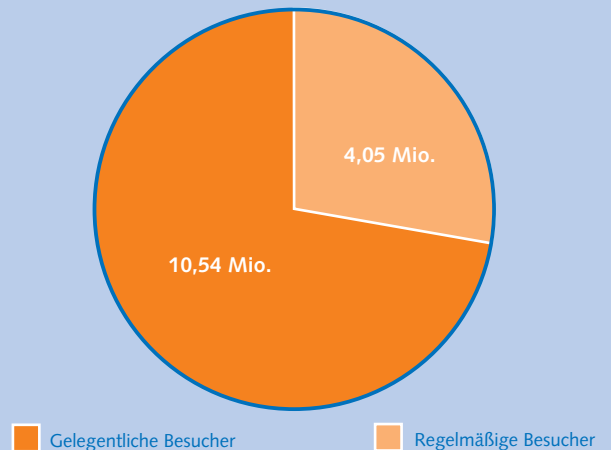
Fazit Den Ausstellern begegnet massenhaft Klasse: Konsumfreudiges Publikum.

Ausstellerbudgets für Beteiligung an Verbraucherausstellungen



Kontaktchancen auf Verbraucherausstellungen

Gesamt: 14,59 Mio. Besucher p. a.





Vorurteil Auf Verbraucherausstellungen treffe ich nicht auf meine Zielgruppe!

Fakt Besucher kommen aus allen Bevölkerungsschichten: Jede Altersgruppe ist vertreten; Singles und Großfamilien; Heimwerker und Sammler; Skifahrer und Autofans; Konsumenten mit exklusiven Gewohnheiten und hoher Kaufkraft werden durch gezielte Events und Werbung der Veranstalter angezogen. Sprechen Sie mit dem Veranstalter, er wird Ihnen dazu jede Auskunft geben.

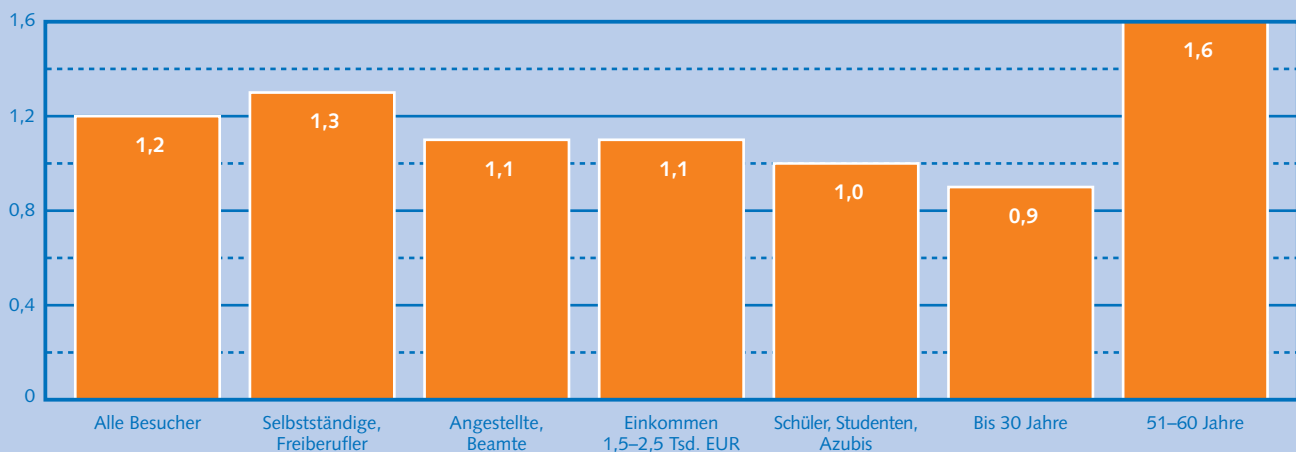
Fazit Sie treffen potenzielle Kunden aus allen Bevölkerungsschichten.

Vorurteil Ausstellungsbesucher haben zu wenig Kaufkraft!

Fakt Über 40% der Besucher kommen aus Haushalten mit mehr als 2.000 EUR monatlichem Netto-Einkommen.

Fazit Der Stand auf einer Verbraucherausstellung bietet das unschätzbare Rendezvous mit Kaufkraft und Konsumbereitschaft.

Zahl der Besuche von Verbraucherausstellungen p. a.





Vorurteil Andere Marketing-Instrumente sind effizienter!

Fakt Andere Marketing-Maßnahmen bedeuten Streuverlust. Bei der Verbraucherausstellung ist kein Kontakt vergebens. Er ist direkt und durch kein anderes Medium gestört. Erfolgreicher Direkt-Verkauf; nachhaltige Kundengewinnung; aussichtsreiches Folgegeschäft.

Fazit Wer den direkten Weg zum Konsumenten sucht, bucht einen Ausstellungsstand.

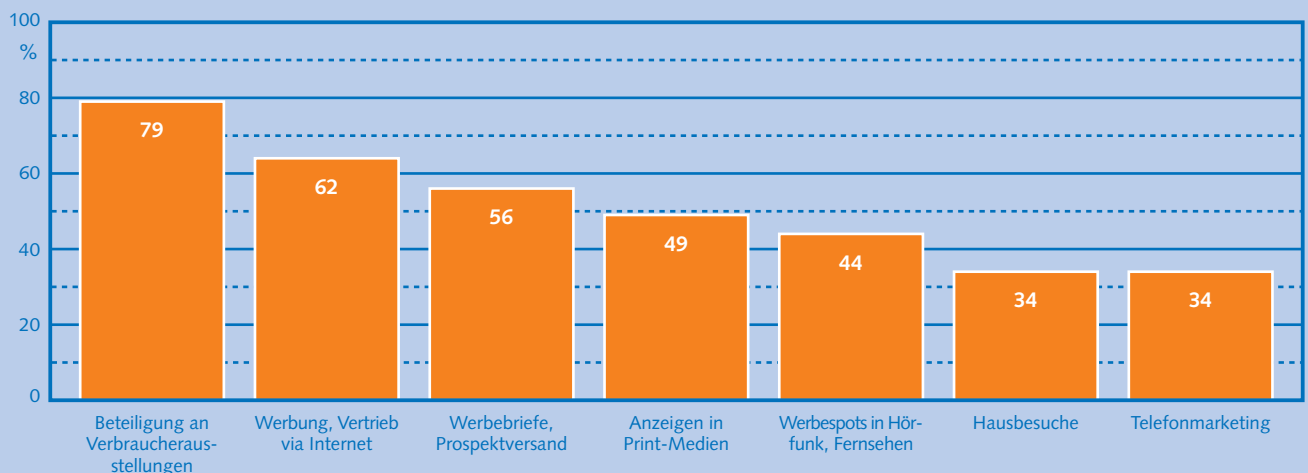
Vorurteil Die Vorbereitung der Ausstellungsbeteiligung kostet zuviel Zeit!

Fakt Der kundenorientierte Veranstalter nimmt Ihnen organisatorische Arbeiten gern ab. Nennen Sie ihm Ihre Vorstellungen und Wünsche, er übernimmt für Sie Standgestaltung, Standbau, Besucherwerbung und besorgt auch die passende Unterkunft für Sie und Ihre Mitarbeiter.

Fazit Der Veranstalter ist Ihr Dienstleister, damit Sie Ihre Zeit dem Marketing und Verkauf widmen können.

Bewertung von Marketinginstrumenten durch die Aussteller

Bewertung auf einer Skala von 1–6; 1=sehr günstig, 6= sehr ungünstig; Grafik zeigt Skalenwerte 1–3



Quelle: Institut für Congress- und Event-Marktforschung, AUWA edition Nr. 12

Roland Jäger
Firma Jäger-Treppenbau

„Als Handwerksbetrieb kann ich mir keine teure Werbung leisten. Ein Stand auf unserer regionalen Verbraucherausstellung ist ideal, um neue Kunden zu gewinnen. Wo sonst kann ich meine Leistungsfähigkeit in überzeugender Weise darstellen und so aus Interessenten neue Kunden gewinnen.“



Vorurteil Bei knappem Personal bleibt kein Raum für die Besetzung eines Ausstellungsstandes!

Fakt Auch in diesem Fall weiß Ihr Ausstellungsveranstalter Rat. Er vermittelt Ihnen Dienstleister, die nach Ihren Vorgaben und der speziellen Zielsetzung Ihrer Ausstellungsbeteiligung zuverlässiges Standpersonal auswählen.

Fazit Sprechen Sie den Veranstalter an, er unterstützt Sie bei Ihrer Personaleinsatzplanung.

Vorurteil Verbraucherausstellungen sind schlecht organisiert!

Fakt Seit über 50 Jahren wird der Service für Aussteller und Besucher ständig optimiert: Anpassung an sich ändernde Ansprüche, Service komplett aus einer Hand, individuelle Beratung, effiziente Besucherwerbung, optimale PR-Arbeit. Mitgliedschaften in Branchenverbänden (AUMA, FAMA, IDFA, FKM) sind verlässliche Qualitätsmerkmale.

Fazit Ausstellungs-Veranstalter begeben sich gern auf Ihren Prüfstand.

Vorurteil Uns geht es gut, was können uns Verbraucherausstellungen noch bringen?

Fakt Wer stillsteht geht zurück. Ausstellungen bedeuten Absatz und Perspektive. Hier werden Kontakte für die Zukunft geschmiedet: „Wir haben die Einbauküche vor einem Jahr auf ihrem Stand gesehen, nun wollen wir sie kaufen!“

Fazit Stellen Sie das Marketing nicht ein, auch wenn Ihre Ertragslage gut ist. Beugen Sie Absatzeinbrüchen vor, gewinnen Sie neue Kunden und geben Sie Ihrem Geschäft die langfristige Perspektive.

überreicht durch



FAMA



**AUMA – Ausstellungs- und
Messe-Ausschuss
der Deutschen Wirtschaft e. V.**

Littenstr. 9
D-10179 Berlin
Tel.: (030) 2 40 00-0
Fax: (030) 2 40 00-2 63
E-Mail: info@auma.de
<http://www.auma-messen.de>

**FAMA – Fachverband Messen
und Ausstellungen e. V.**

Messezentrum
D-90471 Nürnberg
Tel.: 01805 86 07-10
Fax: 01805 86 07-20
E-Mail: info@fama.de
<http://www.fama.de>

**IDFA – Interessengemeinschaft
Deutscher Fachmessen und
Ausstellungsstädte**

St. Petersburger Str. 1
D-20355 Hamburg
Tel.: (040) 35 69-2102
Fax: (040) 35 69-2409
E-Mail: info@idfa.de
<http://www.idfa.de>

Die Studie „Verbraucherausstellungen in der B2C-Kommunikation“ ist zum Preis von 18 EUR beim AUMA (AUMA edition Nr. 12) erhältlich.