

Mut zu Vortrag auf Messen

31.07.2013, 12:39 | Industrie, Bau & Immobilien

Pressemitteilung von: *KOKON - Marketing mit Konzept!*

Presseagentur: *KOKON - Marketing mit Konzept!*



Der Vortrag auf einer Messe, bringt Kontakt zu Medien, Geschäftspartnern und potenziellen Kunden.

Nur noch wenige Wochen und die Fachmessen haben wieder Hochkonjunktur. Viele Unternehmen brüten derzeit also schon über ihrem Messeauftritt. Dabei gibt es Wege, seine Messebeteiligung noch wirkungsvoller zu gestalten, wie beispielsweise durch die Teilnahme am Rahmenprogramm der Messe – mit Fachvorträgen, Podiumsdiskussionen oder Vorführungen.

Wer jetzt an zu viel Aufwand, Stress und Arbeit denkt, kann diesen Gedanken schnell vernachlässigen. Denn die Vorteile, die eine Teilnahme am Rahmenprogramm mit sich bringt, sind um ein Vielfaches größer als die Bedenken. Doch wie sehen die positiven Effekte eines Fachvortrages auf einer Messe eigentlich aus? Zuerst erhöht ein Vortrag natürlich die Aufmerksamkeit – Geschäftspartner, mögliche Kunden und Journalisten sehen, dass das Unternehmen über großes Know-how und Transparenz verfügt – das bescheinigt dem Unternehmen Qualität und schafft Vertrauen. Die Basis für weitere Gespräche ist damit gelegt.

Frühe Planung ist das A und O

Unternehmen, die einen Fachvortrag halten möchten, sollten darauf achten, die Präsentation möglichst früh zu planen. Denn die Bedingungen, unter denen Vorträge durchgeführt werden, sind von Messe zu Messe unterschiedlich. Während sich Vorträge auf einigen Messen gegen Gebühr buchen lassen, werden bei anderen Messen die Zeiten frei vergeben. Die Themen sind dann früher einzureichen. Ein „Call for Papers“ wird meist für messebegleitende Kongresse lange Zeit im Voraus gestartet, damit anhand der Einsendungen die Referenten ausgesucht werden können.

Unterlagen für Messebesucher

„Ganz oben auf der To-do-Liste für die Messe steht die Einladung von Kunden, Geschäftspartnern und Presse per E-Mail oder Brief“, erklärt Marion Oberparleiter, Inhaberin von KOKON – Marketing mit Konzept!. Darin stellt man zum einen das Thema des Messestandes vor, welches oft um ein neues Produkt gestrickt ist, und zum anderen wird mitgeteilt, wann und wo auf dem Messegelände der Fachvortrag stattfinden wird. Auch am Messestand bietet es sich an, auf den Fachvortrag aufmerksam zu machen, beispielsweise mit einem Plakat oder einem Messeaufsteller. „Ein weiterer extrem wichtiger Punkt ist, auch Pressemappen und Flyer am Messestand vorrätig zu haben, damit sozusagen kein Journalist und

kein Kunde mit leeren Händen weiterziehen muss“, ergänzt Marion Oberparleiter. In der Pressemappe sollten sich die neueste Produktmeldung, Informationen zum Unternehmen und ein Abstract über den Fachvortrag befinden. Wer zusätzlich das Bildmaterial auf eine CD packt, erleichtert den Redakteuren die Arbeit ungemein.

Auch anhand des Themas Messen zeigt sich einmal mehr, dass Public Relations mehr ist, als das reine Versenden von Pressemeldungen. Was zählt, ist der persönliche Kontakt zu Redakteuren, Kunden und Partnern, der sich hervorragend über den Weg der Messe ausbauen lässt.

Portrait

Die Marketingagentur in Ettlingen unterstützt Unternehmen dabei, ihre Ziele mit kompetentem Marketing und messbaren Resultaten zu erreichen. Durch den passenden Einsatz geeigneter Marketinginstrumente sorgt KOKON für die konsequente Kommunikation der Unternehmensbotschaften über geeignete Medien. Regelmäßige Seminare und Vorträge vermitteln zudem spezielles Fachwissen, das den Unternehmen Unterstützung in der Stärkung ihrer Marketing-Bemühungen bietet. Ziel der Arbeit von KOKON ist es, die Wirtschaftlichkeit und Effektivität im Marketing zu erhöhen.

News-ID: 737382 • Views: 795 (Stand: 15.06.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/737382/Mut-zu-Vortrag-auf-Messen.html>