

Drei Vorteile von Messen als Marketing-Tool

05.01.2018, 15:28 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *DRESSCUE GmbH*



DRESSCUE GmbH

Das Marketing befindet sich spätestens seit der Jahrtausendwende im digitalen Wandel. Verlieren klassische Marketinginstrumente wie Messen dadurch an Bedeutung? Keineswegs. Das Jahr 2016 brachte bei fast allen Kennzahlen der deutschen Messewirtschaft Rekordergebnisse, so der Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e.V. (AUMA). Insgesamt wurden bei internationalen und nationalen Messen 10.536.319 Besucher und 192.094 Aussteller verzeichnet.

Was macht Messen auch heute noch so attraktiv? Hier findet der Austausch noch von Mensch zu Mensch statt, die Anonymität der Onlinewelt wird aufgehoben. Diese persönliche Note wissen nicht nur die Aussteller, sondern auch die Besucher zu schätzen. Messebesucher erhalten einen aufschlussreichen Einblick in die Branche, können vielfältige Produkte entdecken und sich direkt bei den Ausstellern informieren. Neben dem großen Kontaktpotenzial, gibt es für Unternehmen viele weitere Vorteile, die sich aus einer Messepräsenz ergeben.

1. Gezielte Neukundengewinnung

Unter den gängigen Marketinginstrumenten zählen Messen zu den flexiblen Allroundern. Sie decken ein breites Spektrum an Funktionen ab - von der zielgerichteten Unternehmenspositionierung über die Pflege und Entwicklung von Kundenbeziehungen bis hin zur Bekanntheitssteigerung und mehr. In den meisten Fällen steht jedoch die Lead-Generierung im Vordergrund. Bei einer Befragung des AUMA haben über 80% der deutschen Aussteller erklärt, dass die Neukundengewinnung zu den primären Hauptzielen ihrer Messebeteiligung zählt.

Die Absatzchancen sind mit der richtigen Messewahl und passenden Planung besonders hoch. Messen bieten eine optimale Plattform, um mit einer affinen Zielgruppe in Kontakt zu treten. Denn das Interesse am messespezifischen Angebot liegt bereits auf der Seite der Besucher. Stiftliebhaber besuchen Messen für Schreibgeräte, Tierfreunde schauen auf Haustiermessen vorbei et cetera. Ein großer Vorteil für Aussteller, weil sich die Suche nach dem richtigen Zielpublikum erübrigt.

Auch junge Unternehmen können von einer Messepräsenz profitieren, da sie ihre Innovationen und Ideen einem breiten Publikum präsentieren und eine Basis für anschließende Aufträge kreieren können. Während bei der kreativen Verkaufsförderung kaum Grenzen gesetzt sind, entscheidet letztlich die richtige Nachbereitung der Kundengespräche über den Messeerfolg. Im Idealfall findet der Folgekontakt schnell, ausführlich und persönlich statt.

2. Wissensaustausch und Networking

Messen werden schon lange für den brancheninternen Wissensaustausch und zum Netzwerken genutzt. Denn hier kommen unterschiedliche Branchenteilnehmer zur gleichen Zeit an einem Ort zusammen. Zulieferer, Erstausrüster, Distributoren und mehr nutzen die Chance, um Kontakte zu knüpfen, Meetings zu organisieren, Projekte anzustoßen und Verhandlungen einzuleiten. Schließlich sorgen Kontakte für Kontrakte.

Oftmals nutzen auch Industrie- und Berufsverbände Messen dazu, um Vorträge, fachspezifische Diskussionen und Workshops abzuhalten. Informationen zählen zu den wichtigsten Ressourcen der Unternehmensführung, weshalb jede Gelegenheit genutzt werden sollte, am Wissensaustausch teilzunehmen. Wer Entwicklungen in der Branche rechtzeitig erkennt, kann aus diesem Wissen Kapital schlagen.

3. Effektive Markenbildung

Für Aussteller spielt, neben der Verkaufsförderung und dem Wissensaustausch, auch die Markenbildung eine wichtige Rolle. Messen eignen sich hervorragend dazu, um Marken mit allen Sinnen erlebbar zu machen und Botschaften ohne Umschweife zu kommunizieren. Mit dem richtigen Standkonzept können Marken ansprechend inszeniert werden, indem Besuchern eine spannende und informative Erlebniswelt angeboten wird. Dabei hängt Erfolg des Messestands von vielen Faktoren ab, wie der Gestaltung, der Location und dem Briefing der Mitarbeiter.

Damit die Markenbotschaft ihre Zielgruppe effektiv erreichen kann, müssen die Messebesucher zunächst an den Stand gelockt werden. Um ihre Aufmerksamkeit zu erlangen, muss erst einmal die Optik stimmen. So muss auch für eine eindrucksvolle Messebekleidung für das Promotion-Team gesorgt werden, welche gleichzeitig zur eigenen Marke passt. Der erste Eindruck hat keine zweite Chance, weshalb es ratsam ist, sich professionelle Hilfe bei der Entwicklung und Herstellung von Messeoutfits zu sichern. Corporate Fashion Unternehmen, wie die DRESSCUE GmbH aus Berlin, haben sich auf Teamoutfits spezialisiert, die das Gesamtbild jedes Messestandes wirkungsvoll abrunden (<http://www.dresscue.de/messebekleidung-messeoutfits/>). Ein cleverer Messeauftritt begeistert die Besucher nicht nur im Augenblick, sondern hinterlässt auch eine bleibende Erinnerung an die Marke.

Portrait

Die DRESSCUE GmbH ist ein Berliner Unternehmen und seit seiner Gründung 2001 im Bereich Corporate Fashion tätig. Das eingespielte Team konzipiert und realisiert individuelle Kollektionen für Unternehmen in ganz Europa. Mit ansprechenden Designs, hochwertigen Stoffen und hohem Tragekomfort setzt DRESSCUE textile Statements, die in jeder Hinsicht zu überzeugen wissen.

News-ID: 987700 • Views: 1345 (Stand: 18.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/987700/Drei-Vorteile-von-Messen-als-Marketing-Tool.html>