



Entscheidungskriterien einer Messebeteiligung

Einige der wichtigsten Punkte, die Messen auszeichnen und somit zu Entscheidungskriterien für eine Beteiligung werden, sollen hier aufgezählt werden:

Messen sind multifunktionale Marketinginstrumente, d.h. sie vereinigen u.a. Aspekte der Marktforschung, der Verkaufsförderung, des Vertriebs, der PR und der Werbung.

Messen bieten die Möglichkeit der dreidimensionalen Produktpräsentation bei gleichzeitiger individueller Information.

Messebesucher sind grundsätzlich potentielle Kunden, denn sie sind bereit Zeit und Geld zu investieren, um sich informieren zu lassen.

Messen sind Marktveranstaltungen. Sie führen Angebot und Nachfrage einer Branche oder eines Fachgebietes auf örtlich begrenztem Raum und in zeitlich begrenzter Dauer zusammen. Sie bieten somit die Möglichkeit, sich ein umfassendes Bild zu verschaffen und schneller und flexibler zu reagieren.

Des weiteren sind Messen dem Image dienlich, eignen sich als Testmarkt und bieten die Möglichkeit, die Konkurrenz zu betrachten.

Diese, noch lange nicht vollständige Aufzählung zeigt, welche Bedeutung der Messe als Marketinginstrument zukommt. Da aber Messen andererseits auch ein verhältnismäßig teures Marketinginstrument sind – genauer gesagt nach Kundenbesuchen das zweit-teuerste – ist eine genaue Betrachtung der Kosten unumgänglich. Hierbei muss man aber immer auch den Nutzen der Beteiligung miteinbeziehen, denn eine Messe kann mehrere andere Marketinginstrumente substituieren und somit bei genauer Betrachtung und guter Planung doch die kostengünstigere Alternative sein.

Dies gilt v.a. für kleinere Unternehmen, denn nachweislich steigen die relativen jährlichen Kosten für Messebeteiligungen umgekehrt proportional zur Unternehmensgröße. Dies bedingt, dass im Kleinbetrieb das Beschickungsrisiko ungleich höher ist als im Großunternehmen und somit Budgetaspekte ein wichtiges Entscheidungskriterium sind.

Gerade hier kann eine genaue Kostenanalyse aber zeigen, dass es auch kostengünstigere Teilnahmemöglichkeiten – Gemeinschaftsbeteiligungen, Normstände der Messegesellschaften, Förderung durch Bund und Land – gibt.