

Fachmessen und -kongresse gefragt

Standort. Die Region Stuttgart kann mit vielen Fachveranstaltungen punkten. Sie bieten hiesigen Firmen die Möglichkeit, internationale Kontakte zu knüpfen, und die Standorte profitieren von den Veranstaltungen.

Schaut man in Stuttgarts Messe- und Kongresskalender, findet man viele hochkarätige Fachmessen. Von der Blechexpo über die Lasys bis zur Motek und der LogiMat. Die Region beherbergt einige Leit- und Nischenmessen, die bei Firmen aus ganz Europa sehr beliebt sind. Bei hoch spezialisierten Fachkongressen und -tagungen treffen sich außerdem internationale Experten zum Dialog. Unter anderem in Esslingen, Fellbach und Ludwigsburg.

Die InterGastrA Anfang Februar auf der Messe Stuttgart war Hubertus Vallendar's Messeauftakt 2014. Der Inhaber der Brennerei Hubertus Vallendar nutzt den Branchentreff, um Gastronomen und Fachleuten seinen neuesten Haselnussgeist anzukündigen. Der Fachwelt vorgestellt werden soll das edle Getränk aber erst zur ProWein-Messe in Düsseldorf im März. „Selten haben wir so viele potenzielle Kunden auf einem Platz versammelt“, freut sich der Brennmeister aus Kail an der Mosel, der vier bis fünf Messen im Jahr besucht.

Weil er nicht irgendwelche Schnäpse verkauft, sondern mehrfach prämierte Edelbrände, muss er den Gastronomen auf der Messe viel erklären. „Mit jedem einen Kundentermin mit Verkostung zu vereinbaren, würde uns Wochen und Monate kosten“, erläutert Vallendar, warum er viel auf Fachmessen unterwegs ist. Ein zusätzliches Schmankerl bietet der Mittelständler seinen Kunden bei einem Event am Messestand: Etwa 60 Besucher werden vom Barkeeper Kai Dietrich mit exotischen Cocktails aus Vallendar-Destillaten beköstigt.

GEMEINSCHAFTSSTAND FÜR KLEINERE UNTERNEHMEN

Der Moselaner brennt mittlerweile seit 26 Jahren und verarbeitet in guten Erntejahren bis zu 400 Tonnen Obst aus 60 Sorten zu Geisten, Bränden und Likören. Jährlich beliefert der Destillateur rund 800 Gastronomen, 350 Händler und via Online-Shop Tausende Endkunden.

„So wie Vallendar auf der InterGastrA nutzen viele kleinere Unternehmen auf Messen die Infrastruktur eines Gemeinschaftsstandes“, erläutert Vertriebsexperte Jürgen Frey. Der Buchautor von „Mein Freund der Kunde“ weiß, was sich Firmen

von Branchenmessen versprechen. Zum einen sei es eine Frage der Effizienz, auf den Branchentreffs kommt man mit vielen potenziellen Kunden in Kontakt. Wichtig für Unternehmen sei es auch, bei solchen Veranstaltungen die neuen Produkte zu präsentieren und die Flagge für die eigene Marke hochzuhalten. „Ich stelle außerdem eine Tendenz zu kleineren und spezielleren Messen und Kongressen fest“, sagt Frey. Diese sind meist kostengünstiger zu bestreiten, und die Zielgruppe passt genau.

REGELMÄSSIG INTERNATIONALE EXPERTENTREFFEN

Herbert Bossinger von Baden-Württemberg International kann das bestätigen: „Viele, auch größere Unternehmen nutzen unsere Gemeinschaftsstände auf großen Messen. Sie möchten gerne präsent sein. Die eigentlichen Geschäfte verlagern sich aber zusehends auf spezialisierte und kleinere Veranstaltungen.“

Fachkongresse und Tagungen der Region Stuttgart mit hoch spezialisierten Fachgebieten bieten internationalen Experten die Möglichkeit, ihr Wissen auszutauschen. In der Fellbacher Schwabenlandhalle findet beispielsweise im März der Fachkongress Composite Simulations statt. Die internationalen Experten für die Simulation energie- und ressourceneffizienter Fertigungsverfahren nutzen hier die Gelegenheit zum Dialog.

Im Ludwigsburger Forum am Schlosspark, das über frei kombinierbare Raumkonzepte verfügt, finden regelmäßig internationale Expertentreffen statt. Moderne Projektionstechnik, Dolmetscherkabinen und Klimatisierung machen es möglich. Der Technische Kongress des Verbands der Automobilindustrie residierte in der Barockstadt Ludwigsburg ebenso, wie es der Bundesverband Deutscher Ernährungsmediziner im Juni tun wird.

Nach Esslingen hat es die internationale Tagung des Instituts für kritische Theorie verschlagen. „Wir sind froh, dass es in der Region Stuttgart so viele Fachveranstaltungen gibt“, sagt Bossinger. Nicht nur, weil sie hiesigen Unternehmen die Möglichkeit bieten, internationale Kontakte zu knüpfen, sondern auch, weil es die Aufgabe des Messe-Fachmanns ist, ausländischen Unterneh-

men den Standort Baden-Württemberg schmackhaft zu machen. So sind im Ländle bisher 3700 ausländische Unternehmen gelistet, jährlich kommen etwa 100 weitere dazu.

Egal ob Cebit oder kleine Spartenveranstaltung: ob eine Veranstaltung gut ist, entscheidet sich nach Expertenmeinung im Vorfeld. „Vereinbaren Sie gezielt Termine, und bereiten Sie diese gut vor“, rät Vertriebsprofi Frey. Auch während der Messe sollte ein Formblatt bereitliegen, auf dem die Standbesetzung Notizen machen und

Kundenwünsche ankreuzen oder aufschreiben kann. Denn schnell sind im Messetrubel die Details vergessen. Schade sei es, wenn Unternehmen viel Geld in eine aufwendige Selbstpräsentation stecken, Überstunden machen und die Veranstaltung nicht ordentlich nachbereiten. Gesammelte Adressen und geknüpfte Kontakte sollte man nach der ABC-Formel bearbeiten. Die A-Kunden sollten noch am letzten Messetag, mindestens aber so schnell wie möglich, Rückmeldung haben: mit einem Angebot, dem aktuellen Prospekt oder Katalog. Wenn sich

dann noch Zeit findet, können die B-Kunden kontaktiert werden und die C-Kunden nur, wenn es nötig ist.

Messen und Kongresse stärken die Wirtschaftsregion, weiß Herbert Bossinger von Baden-Württemberg International. Von den neuen Geschäftsbeziehungen profitiert der schwäbische Mittelstand genauso wie die Messestandorte, Hotellerie, Gastronomie und viele andere Dienstleistungsunternehmen. Durch Messen bleibt etwa das Sechsfache ihres Umsatzes in der Region, durch Kongresse das 17-Fache. *Leila Haidar*



Die InterGastrA auf der Messe Stuttgart ist der Branchentreff für Leute aus der Gastronomie. Foto: Heinz Heiss