

Mit mehr Mut zur nächsten Messe

◆ Der erste Meersburger Unternehmertag (MUT) informiert über den erfolgreichen Messeauftritt

VON CATARINA SPECHT

Meersburg – „Wer nicht wirbt, der stirbt.“ Mit diesem in Unternehmerkreisen geläufigen Sprichwort eröffnete der Landesvorstand der Mittelstandsvereinigung und stellvertretende Bürgermeister der Stadt Meersburg, **Walter Enders**, den ersten Meersburger Unternehmertag. Dieser stand ganz im Zeichen des effektiven, aber Budget schonenden Messe-Auftritts für kleine und mittlere Unternehmen. Etwa 25 Unternehmer aus der Region fanden sich am Nachmittag des fünfzehnten Juni zu der Veranstaltung im Neuen Schloss ein.

Es sei schwierig geworden, durch Messe-Auftritte Umsätze zu generieren. Dieser von ihren Kunden und Geschäftspartnern oft geäußerte Eindruck veranlasste **Marianne Kaindl** dazu, den Unternehmertag ins Leben zu rufen. Die Inhaberin der **See-Marketing** Agentur in Stetten bei Meersburg wollte mit der Tagung kleine und mittlere Unternehmer sowie Freiberufler ansprechen. Tatsächlich erfordern erfolgreiche Messe-Auftritte schon lange mehr als das Ausstellen von Produkten. So mussten sich die Teilnehmer im Laufe des Nachmittags mit Begriffen wie Infotainment, Eventcharakter oder Medienmix auseinandersetzen. Dennoch machte schon der erste Referent deutlich: Messen bieten Handwerkern und mittelständischen Unternehmen durchaus Erfolgchancen. Ein gelungener Messe-Auftritt sei primär keine Frage des Budgets, sondern basiere auf originellen Ideen der Aussteller. „50 Prozent dieses Erfolgs hängen von guter Vorbereitung und gutem Personal auf der Messe ab“, sagte **Ludwig Maier**, Marketing-Leiter der **Messe Friedrichshafen**.

Auch **Reinhard Schnell**, Vertriebsleiter der **Aicher Präzisionstechnik** GmbH gab praktische Tipps zum The-



Frank Selg nimmt praktische Anregungen mit nach Hause.

Die Veranstalter Marianne Kaindl und Alexander Kopp blicken auf einen erfolgreichen ersten Meersburger Unternehmertag im Neuen Schloss zurück. Bilder: Specht

ma Messe-Auftritt. Er warnte vor Fertigständen und erinnerte an ganz banale Dinge für die Messenvorbereitung: „Vergessen sie nicht, Geschirrtücher mitzunehmen.“ Er brachte zudem die zentralen Ergebnisse der Tagung auf den Punkt:

Aussteller sollten vor der Messe unbedingt ein Jahr Vorlaufzeit einplanen. Frühbucherrabatte und Auswahl bei der Standortvergabe seien nur angenehme Nebeneffekte der Vorbereitung. Nur wer ein ausgereiftes Konzept und klare Strategien vorweisen könne, wäre auf Messen in der Lage

Konkurrenten auszustechen. Neben einer detaillierten Check-Liste sei professionelle Hilfe in vielen Bereichen (Pressearbeit, Standbau, Ausstellungskatalog) schlicht unerlässlich.

Ein guter Messestand muss emotional ansprechend sein und professionell wirken. Der Spagat zwischen Kostenkontrolle und Professionalität ist in der Tat schwierig. Das Hauptproblem liegt darin, dass sich Messekosten aus vielen Einzelrechnungen ergeben, die im Laufe der Vorbereitung anfallen. Ein kleines Unternehmen könne die Kosten zum Beispiel dadurch im Griff

behalten, dass es gemeinsam mit anderen Firmen oder über Wirtschaftsverbände ausstelle, sagte Schnell. Ludwig Maier legte den Teilnehmern nahe, unbedingt die kostenlosen Beratungsangebote der Messen anzunehmen. Diese bieten Ausstellern zum Beispiel oft Hilfe bei der Pressearbeit oder Werbung an.

„Es hat keinen Wert, sich Ziele zu überlegen, bevor man weiß, welche Stärken man eigentlich präsentieren möchte“, sagte Kaindl. Die Veranstalterin der Tagung versuchte in ihrem Workshop den Teilnehmern Denkan-

sätze zum Entwickeln von auf das Unternehmen abgestimmte Messestrategien zu vermitteln. Es ginge darum, die Stärken des Unternehmens herauszufinden und diese dem Kunden erlebbar zu machen.

Martin Baur, Moderator und Leiter der Südkurier-Redaktion Oberlingen, sprang als Referent für den verhinderten Mitorganisator **Ralf Kohlenberger** von Raum-Punkt ein. Baur erklärte, wie Wirtschaftsberichterstattung abläuft und betonte: „Ein Unternehmer muss wissen, wie Medienarbeit funktioniert.“

Frank Selg, Chef von **Selg Haustechnik** aus Meersburg, der den Unternehmertag in Vorbereitung auf die Meersburger Gewerbeschau im Mai 2008 besuchte, freute sich: „Ich werde einige interessante Informationen zu den Kollegen mitnehmen können, gerade darüber wie und in welcher Reihenfolge man einen Messestand plant.“

Michael Eschenbrenner von der **Arbeitsgruppe Energie und Betriebswirtschaft** aus Salem bedauerte jedoch: „Es wurde zu wenig auf die kleinen Unternehmen eingegangen. Es wurde von großen Strategien gesprochen, aber für den kleinen Handwerksbetrieb mit 10-15 Beschäftigten wurden leider keine klaren Strategien vorgestellt, wie man sich auf der Messe präsentieren kann.“

Der erste Meersburger Unternehmertag überzeugte inhaltlich und war ein gelungener Auftakt für die geplante Reihe. „Die folgenden Unternehmertage werden alle Marketingthemen beinhalten“, so Marianne Kaindl. Eines wurde dem Tagungsteilnehmer in jedem Fall bewusst: MUT 07 ist zu Recht das Motto der Veranstaltung.

@ Die Beiträge zum Unternehmertag und eine Bildergalerie unter: www.unternehmertag.see-marketing.de