

# Messen – DIE Plattform der Elektrowirtschaft



Walter Mennekes, Vorsitzender des AUMA – Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e.V. – und Geschäftsführender Gesellschafter der MENNEKES Elektrotechnik GmbH & Co. KG

Messen sind das wichtigste Marketinginstrument der deutschen Industrie – auch im digitalen Zeitalter. Fast die Hälfte ihrer B2B-Kommunikationbudgets geben ausstellende Unternehmen für Messebeteiligungen im In – und Ausland aus, wie Untersuchungen des AUMA ergeben haben. Und das ist nicht etwa weniger geworden in den letzten 20 Jahren, sondern sogar mehr. Im Jahre 2000 lag der Messe-Anteil erst bei 38 Prozent. Viele Firmen konzentrieren sich heute auf Messen und ergänzend auf digitale Instrumente. Sinngemäß gilt diese Entwicklung auch für die Elektroindustrie.

Warum sind Messen anderen Instrumenten überlegen? Kurz gesagt: Messen bieten persönliche Kommunikation über ein quasi anwesendes Produkt und dieses Produkt kann man gemeinsam testen und bewerten. Wenn ein Hersteller dabei einen Interessenten überzeugt, ist das besonders nachhaltig.

Um diese Qualitäten von Messen voll ausschöpfen zu können, brauchen wir alle Messetypen: Wir brauchen Weltmessen vor der Haustür wie z.B. die Light + Building in Frankfurt oder die Hannover Messe, wo wir auf internationales Fachpublikum treffen und wo wir hohe Resonanz auch über die Fachmedien hinaus haben. Vorteil: Die Elektrowelt trifft sich hier zu einem Heimspiel! Wir brauchen auch Messebeteiligungen im Ausland, denn wer ganz konkrete nationale Märkte erschließen will, muss im wahrsten Sinne des Wortes seinen Kunden entgegenkommen. Und gerade die KMU sind dabei auch auf Unterstützung angewiesen, etwa durch Förderprogramme wie das Auslandsmesseprogramm des Bundeswirtschaftsministeriums. Das trägt zusätzlich unser „Made in Germany“ in alle Welt.

Und natürlich brauchen wir die regionalen Elektrofachmessen in Deutschland, wie die belekro in Berlin, die elektrotechnik in Dortmund, die GET Nord in Hamburg, die efa in Leipzig, die eltec in Nürnberg und die eltefa in Stuttgart. Hier haben die

Hersteller den direkten Kontakt zu den regionalen Anwendern ihrer Produkte in der Industrie, im Fachgroßhandel und im Handwerk. Wir spüren hautnah, wie die Branche tickt! Die Anwender können sich unmittelbar von der Qualität unserer Produkte überzeugen, und wir erhalten wertvolle Hinweise für die Weiterentwicklung unserer Produktpalette. Und das alles bekommen wir zu einem sehr guten Preis-Leistungs-Verhältnis.

Eine Herausforderung, auch für die Elektroindustrie, ist die Vielzahl von Hausmessen. Zweifellos ist der Großhandel ein wichtiges Vertriebsinstrument. Aber der Aufwand, sich zusätzlich an diesen Veranstaltungen zu beteiligen, ist für viele Firmen eine erhebliche Belastung.

Bei Messen geht es aber nicht nur um den unmittelbaren Geschäftskontakt. Es geht auch darum, den Puls unserer Kunden zu fühlen. Geht es den Unternehmen besser oder schlechter als vor einem Jahr? Wo können wir ihnen entgegenkommen? Wem müssen wir neue Lösungen anbieten? Sinngemäß gilt das auch für die gesamte Branche. Auf einer Messe sind alle wichtigen Akteure versammelt: Anbieter, Kunden, Verbandsvertreter, Fachmedien sowie Wissenschaftler. Dialoge und Diskussionen zwischen all diesen Akteuren machen letztlich alle Beteiligten schlauer, und nach drei oder fünf Tagen Messe weiß man einfach besser, wohin die Branche sich entwickelt.

Messen sind ein Gewinn für alle!

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'W. Mennekes'.