

Checkliste: Erfolg auf Auslandsmessen

Messebeteiligungen stellen ein wichtiges Instrument zum Einstieg in Auslandsmärkte dar. Auslandsmessen dienen dazu, einen Überblick über das landestypische Warenangebot, Design, Normen oder Preise zu machen. Desweiteren werden auf Messen Geschäftskontakte geknüpft.

Ziele einer Messebeteiligung im Ausland

Auslandsmessen bieten die unmittelbare Möglichkeit, Trends aufzuspüren oder die Resonanz der Zielgruppe zu ermitteln und direkte Markterkenntnisse zu gewinnen. Sie können durch eine Messeteilnahme ausgewählte Märkte testen, sich aber vor allem einem breiten Publikum vorstellen und erste Geschäftsbeziehungen anbahnen.

Die wichtigsten Ziele sind:

- ❑ die Erkundung von Exportchancen,
- ❑ das Kennenlernen von neuen Geschäftspartnern und Abnehmergruppen,
- ❑ das Entdecken von Marktnischen,
- ❑ den Bekanntheitsgrad des Unternehmens erhöhen

Messen erweitern die Marktkenntnisse durch Erfahrungsaustausche mit Besuchern und anderen Ausstellern. Die Vorstellung der einzelnen Produkte, der Neuentwicklungen sowie die Service- und Qualitätsdarstellung fördern den Kontaktaufbau mit bestehenden und potentiellen Kunden.

Auslandsmessen können auf drei Wegen genutzt werden:

- ❑ Im Ausstellerkatalog einer vergangenen Messe finden Sie alle Anbieter/Aussteller inklusive ihrer Adressen. Über diesen Weg kann man sich einen Überblick über die Zielrichtung und Qualität der Messe verschaffen, aber auch gleich potenzielle Geschäftspartner kontaktieren. Kataloge sind bei der Messegesellschaft auf Anfrage erhältlich.
- ❑ Als Besucher einer Messe kann man den Markt erkunden, eine Messe prüfen, ob sich eine eigene Beteiligung künftig lohnen könnte, und direkten Kontakt zu Ausstellern knüpfen.
- ❑ Das Hauptziel sollte sein, sich als Aussteller auf einer Messe mit einem individuellen Stand zu präsentieren oder sich über das bayerische Messebeteiligungsprogramm an einem Gemeinschaftsstand zu beteiligen.

Geförderte Messebeteiligungen im Ausland finden Sie hier:

<http://www.auma.de/de/Messedatenbank/Adressen/Seiten/Default.aspx>

Planung und Organisation der Teilnahme an einer Auslandsmesse

Einstieg (9 – 12 Monate vorher)

- ❑ Exportfähigkeit der eigenen Produkte prüfen (wenn die Exportfähigkeit nicht gegeben ist, sollte von einer Teilnahme an einer Auslandsmesse abgesehen werden)
- ❑ Unternehmensziele und Erwartungen festlegen:
 - Präsentation neuer Produkte
 - Positive Beeinflussung des Firmenimages
 - Konkurrenzfähigkeit überprüfen
 - Vorstellung eigener neuer Produktentwicklungen
 - Überprüfung der Produkt- und Sortimentgestaltung
 - Pflege bestehender Kontakte

- Schaffung neuer Kontakte
- Vertretersuche
- Konkrete Verkaufsabschlüsse

- Auswahl einer Wirtschaftsregion
- Auswahl einer bestimmten Messe
- Informationen über den Markt und die Messe sammeln
- Fördermöglichkeiten durch Bund oder Länder prüfen
- Messebudget festlegen

Planung (9 – 6 Monate vorher)

- Bestimmen des Messekoordinators innerhalb des Unternehmens
- Anmeldung beim Veranstalter
- Firmeninterne Vorbereitung für: Exponate, Prospekte, Werbegeschenke. Fragen zur Anpassungsfähigkeit der Produkte im Ausland. Neue Produkte einsatzbereit zum Messebeginn?
- Reiseplanung, um günstigere Konditionen zu bekommen (Hotel, Flüge usw.)
Persönliche Vorbereitung: Umgangsformen, Sprache des Landes

Vorbereitung (6– 3 Monate vorher)

- Standplanung: Standgröße, Standgestaltung
- Standbau: Standbauweise, Auswahl Messebaufirma
- Standausstattung: Grafik, Design, Dekoration
- Standbesetzung: Anheuern von Standpersonal. Auftreten, Erscheinungsbild besprechen,
- Regelungen für Pause und Prüfung der Sprachkenntnisse
- Transport: Spedition für Transport der Exponate
- Besucherwerbung des Ausstellers, z. B. durch Zusatzinformation im eigenen Briefkopf
- Detaillierte Kostenplanung erstellen:
 - Grundkosten: Standmiete, Leasing oder Kauf des Standes, Energie,
 - Anmeldegebühren
 - Kosten für Standbau und- gestaltung: Grafik, Dekoration
 - Kosten für Standservice und Kommunikation: Fremdpersonal, Bewirtung, Werbung,
 - Katalog, Telefon, Telefax
 - Kosten für Transport: Spedition, Versicherung, Verpackung
 - Personal- und Reisekosten
 - Kosten für Messevorbereitung und- nachbereitung: Mitwirkung anderer Abteilungen,
 - spezielle Produktentwicklung
- Angebotspreise kalkulieren (inkl. Zölle, Versicherungen, Transportkosten usw.)
- Reisedaten bestätigen
- Information über Land und Leute (Länderinformationen, Reise- und Sprachführer)

In letzter Minute

- Planung überprüfen
- Sicherheitspaket zusammenstellen:
 - Kopien der wichtigsten Unterlagen anfertigen (Aufträge, Bestellungen,...)
 - Grafiken, Prospekte
 - Geschäftskarten, Namensschilder
 - Werbegeschenke
 - Finanzen (lokale Währung mit sich führen)
 - Formulare (Tagesberichte, Auftragsformulare)

- ❑ Reiseplanung im Unternehmen bekannt geben
- ❑ Standbetrieb vorbereiten (Personal, Bewirtung)
- ❑ Ausstellerausweise organisieren

Am Messeplatz

- ❑ Registrierung als Aussteller
- ❑ Kontrolle des Standbaus
- ❑ Kontrolle des Ausstellungsgutes
- ❑ Einarbeitung des Standpersonals
- ❑ Kontakt mit offiziellen deutschen Vertretungen
- ❑ Kontakt zu potenziellen Kunden: Terminvereinbarungen
- ❑ Kontakt zu Medien

Während der Messe

- ❑ Beobachten des Messegeschehens:
 - Einzugsgebiet und Bekanntheitsgrad der Messe
 - Ausstellerstruktur
 - Qualität der Besucher
 - Konkurrenzprospekte- und produkte prüfen
 - Besucherkontakte
 - Verkaufsgespräche
 - Tagesberichte mit Beurteilung des Tages erstellen
 - Verbleib der Exponate organisieren

Nacharbeit und Auswertung

- ❑ Kundenanfragen beantworten, Kontakte halten
- ❑ Presseinformationen herausgeben
- ❑ Abrechnung/Budgetüberprüfung
- ❑ Überprüfung der gesetzten Ziele
- ❑ Auswertung (Kosten-Nutzen Analyse)
- ❑ Konsequenzen
- ❑ Registrierung für eine erneute Teilnahme

Die goldenen Regeln für einen erfolgreichen Markenauftritt im Ausland

Tipp 1

Die Erwartungen an eine Messe sind hoch: Der Aussteller investiert große Summen in seine Messeteilnahme, in den Augen des Besuchers ist der Messeauftritt eine Miniatur des Unternehmens. Besucher erleben, ob der Gesamteindruck des Messestandes stimmig ist und bauen Vertrauen auf. Je nach Land, ist eine Messebeteiligung ein absolutes Muss um exportieren zu können.

Tipp 2

Es gibt keine Patentrezepte zur Gestaltung eines Messeauftritts. Die Gestaltung hängt von der individuellen C.D. Richtlinien des Unternehmens ab. Es ist wichtig, diese beim Messeauftritt darzustellen und weltweiten Regelungen Beachtung zu schenken

Tipp 3

Technologien und Produkte befinden sich in stetigem Wandel. Bewegung und Ungewöhnliches ziehen die Wahrnehmung magisch an. Aber: Zu viel zeigen kann auch schaden. Der AUMA mit dem VDMA zusammen hat zu Plagiaten auf Auslandsmessen und ausländische Produkte in German Pavillons eine Information zur Verfügung gestellt:

http://ft.vdma.org/documents/105794/928951/AMP_AUMA_Infoblatt_Plagiate_auf_Auslandsmessen.pdf/eb2bf478-8995-4fd1-ad6c-0032d829ad70

Tipp 4

Nur wer seine Ziele und Zielgruppen kennt, kann einen optimalen Messeauftritt organisieren. Ziele für Auslandsmessen weichen von Zielen von Inlandsmessen ab.

Tipp 5

Auch bei der Beschilderung des Messestandes zählt Internationalität. Mindestens englisch und die Landessprache.

Tipp 6

Das Auftreten der Standmitarbeiter ist ein wesentlicher Erfolgsfaktor. Im Ausland gelten andere Regeln, Gesten und Business-Etikette. Auf das Outfit des Standteams ist ein besonderes Augenmerk zu legen.

Tipp 7

Die Frage der richtigen Investition in eine Auslandveranstaltung kann man am Besten lösen, wenn man einen Messebesuch im Jahr vor der Teilnahme realisiert. Wenn das nicht möglich ist, dann überprüfen Sie den Organizer:

<http://www.auma.de/de/DownloadsPublikationen/Seiten/EuroFairStatistics.aspx>

Tipp 8

Exponate aus dem Zoll rechtzeitig zu Messebeginn zu erhalten, gelingt nicht immer. Sichern Sie sich hier Unterstützung von Logistikunternehmen die weltweit aufgestellt sind.

Tipp 9

In manchen Ländern muss man zwangsläufig mit Dienstleister vor Ort arbeiten. Versuchen Sie zuerst ein Probeauftrag zu beauftragen und erst liefern lassen, dann zahlen.