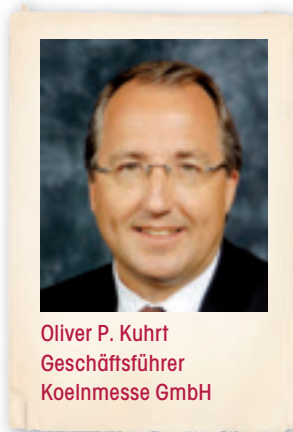


# Branchenmessen sind Unersetzlich

Koelnmesse-Chef Oliver P. Kuhrt fordert, dass die Veränderungen der Märkte sich schneller in den Messen widerspiegeln muss.

## Branchenmessen vs. Fach-/Spezialmessen: ein Messedi-lemma?

Oliver P. Kuhrt: Ich würde das nicht unbedingt als Dilemma sehen. Für kleinere, spezielle Zielgruppen kann eine Fachmesse durchaus sinnvoll sein. Um aber zu erfahren, wohin das Trendba-



rometer zeigt, welche aktuellen Innovationen den Markt bestimmen und worüber die wichtigen internationalen Marktteilnehmer sprechen, ist eine Branchenmesse unersetzlich. Nur dort können sich Anbieter und Nachfrager einen umfassenden Marktüberblick verschaffen, sortimentsübergreifende Potenziale erkennen – und diese auch für sich nutzen. Beim Thema Garten beispielsweise kommt dem

Cross Selling eine wichtige Bedeutung zu, was man auf der spoga+gafa sehen kann. Neben der Angebotsvielfalt zeichnen sich Branchenleitmessen wie die Internationale Eisenwarenmesse Köln durch ihre hohe Internationalität aus, die bei den meisten Fachmessen nicht in diesem Ausmaß erreicht wird.

## Wie sieht die Messe der Zukunft aus?

Kuhrt: Der Trend geht dahin, Besuchern neben dem Produktportfolio einen Mehrwert zu bieten, sei es durch Informations- und Fortbildungsmöglichkeiten oder in Form von Erlebnis und Unterhaltung. Eines steht fest: Keine virtuelle Plattform ersetzt den persönlichen Erfahrungsaustausch und direkten Dialog. Aber mit Hilfe der neuen Medien gelingt es immer besser, die Messe Teilnehmer auf die Veranstaltung vorzubereiten und zu vernetzen. Das Potenzial der internetbasierten Social Networks bietet neue Chancen, aus Messen Community-Veranstaltungen zu machen. Der Auftrag an die Messegesellschaften für die Zukunft lautet: Veränderungen der Märkte müssen noch schneller

in Messen abgebildet werden. Wer das erkennt und konsequent umsetzt, wird auch weiterhin Erfolg haben.

## Wie können Messen Ausstellern und Besuchern Mehrwert bieten?

Kuhrt: Messebesucher können an drei oder vier Tagen kompakt an einem Ort viele Aufgaben erledigen, für die sie sonst wesentlich mehr Zeit und Ressourcen benötigen. Sie erleben die neuen Produkte vieler Anbieter zum Anfassen. Sie sammeln Ideen für ihr tägliches Business. Sie tauschen sich mit anderen Besuchern aus, spüren Trends auf und erkennen rechtzeitig Markttendenzen. Für Aussteller sind Messeauftritte ein Vertriebstool mit unschlagbaren Vorteilen: An ihrem Stand treffen sie Bestandskunden aus aller Welt. Sie erfahren, wie die Wettbewerber aufgestellt sind und wo sie selbst stehen. Sie testen, wie ihre Neuentwicklungen ankommen. Sie profitieren darüber hinaus vom Marketing der Messe, werden dadurch international noch stärker wahrgenommen und können auf der Messe Kontakte zu potenziellen Neukunden knüpfen. ■