

Messe Marketing

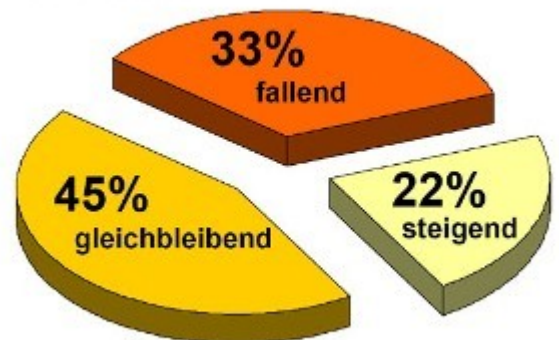
Messen im Bedeutungswandel

Die Messen in Deutschland unterliegen einem signifikanten Bedeutungswandel. Der Trend geht weg von großen Messen hin zu überschaubaren Fach- und Hausmessen, so eine aktuelle Umfrage der Beratungsgesellschaft Xenagos aus Frankfurt am Main in Kooperation mit acquisa.

Das auf Recruiting von Vertriebsprofis spezialisierte Unternehmen befragte im November rund 1.625 Vertriebsfachleute zwischen Flensburg und Füssen nach der Bedeutung von Messen als Vertriebsinstrument. Ergebnis: Messen sind nicht mehr in erster Linie der Ort, um sich über Produktneuheiten zu informieren. Diese Funktion übernimmt das Internet - mit zunehmender Tendenz. Als Instrument zur persönlichen Kontaktpflege behalten sie gleichwohl ihre Bedeutung. »In einer Zeit, in der Produkte immer einheitlicher werden, bieten Messen Raum für besondere Kundenerlebnisse«, resümiert Geschäftsführer Christopher Funk.

Weitere Umfrageergebnisse: Die Kosten für den Messeauftritt werden durch die Vertragsabschlüsse selten wieder eingespielt. Auch für die Neukundengewinnung eignen sich Messen laut Umfrage weniger gut. »Messeauftritte sind unter diesem Gesichtspunkt umstritten«, so Funk.

Wie schätzen Sie die Bedeutung von Messen in Zukunft ein?



Umfrage unter 1624 Vertriebsfachleuten im November 2005
Xenagos GmbH – The Sales Recruiter www.xenagos.de

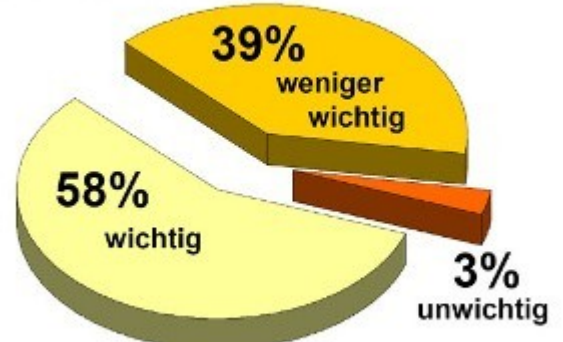
Etwas mehr als die Hälfte (58 Prozent) der befragten Vertriebsexperten hält Messen für ein wichtiges Vertriebsinstrument, 39 Prozent für ein weniger wichtiges und 3 Prozent für ein unwichtiges. Auch Hausmessen werden der Umfrage zufolge immer wichtiger.

Wie zufrieden sind Sie mit der Qualität der Messekontakte?



Umfrage unter 1624 Vertriebsfachleuten im November 2005
Xenagos GmbH – The Sales Recruiter www.xenagos.de

Wie wichtig sind für Sie Messen als Vertriebsinstrument?



Umfrage unter 1624 Vertriebsfachleuten im November 2005
Xenagos GmbH – The Sales Recruiter www.xenagos.de