



Interview

ZUHÖREN, VERSTEHEN, UMSETZEN

Was ausstellende Unternehmen von Messebauern & Co. erwarten

// Messebauer, Werbeagenturen, Designer – viele arbeiten am Messeauftritt eines Unternehmens mit. Indukom fragte zwei erfahrene Messeverantwortliche aus der Industrie nach den Anforderungen, die ein Dienstleister erfüllen sollte, um mit ausstellenden Unternehmen erfolgreich zusammen zu arbeiten: Ursula Golling von Hoffmann Mineral und Frank Gedwien von Kaldewei. Beide sind seit vielen Jahren Kunden der Zenit-Werbung GmbH.

// URSULA GOLLING, MARKETING, HOFFMANN MINERAL

„Bei einem Messe-Dienstleister muss man wissen, dass er professionell arbeitet und absolut verlässlich ist.“

Indukom Frau Golling, worauf kommt es nach Ihrer Erfahrung bei der Planung von Messeprojekten vor allem an?

Golling Wichtig ist es immer wieder, dass man im Team den Messestand plant und ein hervorragendes Briefing für den Messebauer vorbereitet. Dazu müssen zunächst meine Kollegen und ich wissen: was wollen wir auf dem Messestand zeigen, wie wollen wir uns präsentieren. Unsere Messestände müssen auch immer unser Corporate Image vermitteln. Deshalb machen wir für den Messebauer ein sehr detailliertes Briefing.

Indukom Welche Ansprüche stellen Sie an einen geeigneten Messebauer?

Gedwien Sie brauchen einen zuverlässigen Partner, der professionell arbeitet. Er muss aber auch ein gewisses Einfühlungsvermögen haben und auf die Gegebenheiten im Unternehmen eingehen. Auch erwarte ich von meinem Messebauer, dass er mit Kreativität dem Anspruch des Unternehmens gemäß Vorschläge ausarbeitet. Und dass er in der Lage ist, ein Briefing entsprechend umzusetzen.

Golling Dem kann ich mich nur anschließen. Der Dienstleister muss ein offenes Ohr haben für die Dinge, die uns wichtig sind, und diese dann auch entsprechend umsetzen. Wir lassen uns nicht blenden von scheinbar tollen Ideen eines Messebauers, die dann gar nicht zu uns passen. Sondern

wir arbeiten so lange und so eng zusammen, bis das Konzept so ist, dass wir uns wieder finden. Für uns ist der authentische Standeindruck wichtiger als die Ambition damit einen Designpreis erringen zu wollen.

Indukom Wie viel technisches Verständnis über das Produkt muss der Dienstleister dabei aufbringen?

Gedwien Gerade wenn es um die Präsentation technischer Details geht, erwarte ich, dass der Partner sich eingehend mit dem Produkt befasst und das technische

Verständnis dafür hat. Nur so kann er das Produkt auch gut in Szene setzen.

Golling Ein Messebauer, eine Werbeagentur oder ein Designer muss erst einmal verstehen, welches Produkt wir herstellen. Das ist bei einem hochtechnischen Produkt wie der Kieselerde nicht so einfach, weil es sich nicht gleich jedem erschließt und sich auch sehr schwer darstellen lässt. Die Kunst ist hier, für ein nüchternes Industrieprodukt einen attraktiven Rahmen, eine faszinierende Darstellungsform zu finden, die Menschen auch ästhetisch anspricht.

Indukom Ist es von Vorteil, langfristig mit ein und demselben Messebauer zusammenzuarbeiten?

Golling Ja, denn man muss wissen, dass er professionell arbeitet und absolut verlässlich ist. Bei der letzten Messe sind wir am Vorabend des Messebeginns nach Hause gegangen und der Stand war fix und fertig. Da haben andere erst angefangen. Das wäre für uns unmöglich. Da haben wir seit vielen Jahren mit Zenit-Werbung genau den richtigen Partner.

Gedwien Nach 13 Jahren auf fast 70 großen Messen mit demselben Messebauer kann ich mich fast blind drauf verlassen, dass unser Produkt immer richtig gehandelt und präsentiert wird. Ich könnte heute ohne weiteres eine Standabnahme per Telefon machen. Die Erfahrung, die der Dienstleister mit den Jahren bekommt, dass er weiß, worauf es uns ankommt, spart mir sehr viel Arbeit.

Indukom Läuft sich das nicht mit der Zeit tot?

Gedwien Nein, denn wir haben immer wieder bewusst namhafte Designer mit



// NICHT NUR DIE ÄSTHETIK MUSS BEIM MESSESTAND PASSEN, SONDERN DER MESSEBAUER MUSS AUCH TECHNISCHES VERSTÄNDNIS AUFBRINGEN.

// FRANK GEDWIEN, BEAUFTRAGTER MESSE/NEUE MEDIEN, KALDEWEI: „DIE ERFAHRUNG, DIE DER DIENSTLEISTER MIT DEN JAHREN BEKOMMT, SPART MIR SEHR VIEL ARBEIT.“



der Entwicklung eines neuen Standkonzeptes beauftragt, das Zenit-Werbung dann technisch umgesetzt hat. Dadurch hatten wir immer ein frisches, neues Auftreten in bewährter Qualität. Dabei haben sich Designer und Messebauer ideal ergänzt.

Golling Im Gegenteil, unser Messebauer hat zuletzt ein völlig neues Messekonzept

einggebracht, an dem wir anfangs große Zweifel hatten. Wir sind dann doch das Risiko eingegangen und hatten einen unglaublichen Erfolg damit.

Genau dieses Konzept wird jetzt auch weitergeführt und -entwickelt für eine Messe in Shanghai im November. So kann eine langfristige Zusammenarbeit auch befruchtend sein. (bk)



// HOCHTECHNISCHE PRODUKTE, WIE HIER KIESELERDE, ERSCHLIESSEN SICH DEM BETRACHTER NICHT LEICHT. HIER MUSS EINE ATTRAKTIVE PRÄSENTATIONSFORM GEFUNDEN WERDEN.