

Denkschubser | Es gibt nur einen Boss: den Kunden. Er kann jeden im Unternehmen feuern, von der Geschäftsleitung abwärts, ganz einfach, indem er sein Geld woanders ausgibt. *Sam Walton*

18.01.2016

15.01.2016: T&P: Mehr Markterfolg auf Messen

Die häufigsten Mängel bei Strategie und Kommunikation / Ansätze für Verbesserung der Kosten-Nutzen-Relation / Chancen zum Neugeschäft besser nutzen / Events zur wirksamen Kundenbindung / Professionelle MarCom bei Vorbereitung und Nachbearbeitung



Dietrich W. Thielenhaus ist Geschäftsführer

Regelmäßige Messeauftritte zählen für die meisten Hersteller zum Pflichtprogramm. Dafür werden in der Regel – ohne längere Diskussionen – erhebliche Budgets bereitgestellt. Wer die Messe-Strategie im Einzelfall unter die Lupe nimmt, kommt oft zu erstaunlichen Erkenntnissen. Das beginnt mit der unternehmensspezifischen Auswahl der „richtigen“ bzw. „notwendigen“ Messen. So argumentieren manche Entscheider wenig überzeugend, auf der Messe X sei man ja immer schon gewesen oder auf die Messe Y müsse man gehen, weil der Wettbewerb dort auch vertreten sei. Auch bei der Kosten-Nutzen-Betrachtung zeigen sich häufig erhebliche Defizite. So unterbleiben professionelle Evaluierungen und damit kritische Bestandsaufnahmen zur Optimierung künftiger Präsentationen. Schwachstellen offenbaren sich auch bei der Standgröße und -gestaltung, der „richtigen“ Hallenwahl, der Auswahl und dem Training des Standpersonals sowie bei der vorbereitenden und nachbereitenden Marketing-Kommunikation.

Auf diese Praxis-Erfahrungen verweist jetzt die Wuppertaler Marketing-Agentur Thielenhaus & Partner (T&P), die namhafte Hersteller von technischen Investitions- und Gebrauchsgütern berät und betreut. Erstaunlich oft fehle es an einer schlüssigen Kommunikationsstrategie. So sei es längst nicht selbstverständlich, im Vorfeld nicht nur Altkunden, sondern auch potentielle Neukunden aufmerksamkeitsstark und zielgruppengerecht zum Standbesuch einzuladen. Die Möglichkeiten einer bedarfsweckenden und bedarfslenkenden Fachpressearbeit blieben ebenfalls oft ungenutzt.

T&P-Geschäftsführer Dietrich W. Thielenhaus weiter: „Das gilt auch für die Nutzung des Standes für Events zur gezielten Kontaktpflege und Kundenbindung. Selbst größere Unternehmen vernachlässigen die ganze Breite des Informations-Instrumentariums. Das betrifft beispielsweise eine professionell gestaltete Messezeitung und den modernen AV-Einsatz. Fachjournalisten beklagen häufig erhebliche Qualitätsmängel bei den bereitgestellten Pressemappen, die wegen ihrer oft plump werblichen Fokussierung kaum zu verarbeiten sind. Pressekonferenzen zur Multiplikation der zentralen Messebotschaften finden gar nicht oder unprofessionell vorbereitet statt. Darüber hinaus reicht die Mängelliste bis zu den Defiziten bei der Nachbearbeitung. Nicht selbstverständlich sind beispielsweise nach Bedeutung abgestufte Nachfassaktionen bei den Messebesuchern, die auf den individuellen Gesprächsprotokollen basieren. Unstrittig ist: Wer die gesamte Klaviatur der MarCom-Instrumente vor, während und nach der Messe konsequent und professionell nutzt, kann den Gesamterfolg seiner Messeauftritte deutlich erhöhen.“

Thielenhaus & Partner realisiert als Full-Service-Agentur komplette Strategien und Aktionsprogramme in den Bereichen Marketing, Vertrieb, Kommunikation und Produktinnovation. Die Unternehmensberatungsgesellschaft ist seit vielen Jahren auch international für namhafte Hersteller und Dienstleister tätig.

Telefon: 0202 - 97010-0

**THIELENHAUS & PARTNER**

Agentur für Marketing GMBH
Dönberger Straße 92
42111 Wuppertal
Deutschland
info@thielenhaus.de
www.thielenhaus.de

[Zurück zur Übersicht](#)

Impressum**Anbieterkennzeichnung gemäß § 5 TMG**

SHK-Journal ist eine Aktivität der

Querschiesser Unternehmensberatung GmbH & Co. KG
Treidelweg 6
D-46509 Xanten
Telefon: +49 (0) 28 01 / 98 69 25
(Die Redaktion erreichen Sie unter +49 (0) 23 73 / 39 63 13)

E-Mail-Adresse: geschaeftsleitung@shk-journal.de
Sitz der Gesellschaft: Xanten
Amtsgericht: Kleve HRA 2666
USt-IdNr.: DE 814102074
Persönlich haftende Gesellschafterin: Querschiesser GmbH
Amtsgericht Kleve HRB 7376
Geschäftsführer: Hans-Arno Kloep

Rechtliche Hinweise**Haftung für Inhalte**

Wir, die Querschiesser Unternehmensberatung GmbH & Co. KG, stellen den Inhalt dieser Website mit größtmöglicher Sorgfalt zusammen. Für eigene, von uns selbst erstellte Inhalte sind wir nach § 7 Abs. 1 TMG nach den allgemeinen Gesetzen verantwortlich. Für Informationen, die uns von Dritten zur Verfügung gestellt werden (fremde Informationen) sind wir jedoch nur nach Maßgabe des § 10 TMG verantwortlich, insbesondere trifft uns keine Pflicht, die uns zur Verfügung gestellten fremden Informationen ständig zu überwachen. Wir versichern, dass wir zum Zeitpunkt des Einstellens der fremden Informationen keine Kenntnis von irgendwelchen konkreten Rechtsverletzungen hatten und, dass wir bei Bekanntwerden von Rechtsverletzungen die entsprechenden fremden Inhalte umgehend entfernen werden.

Haftung für externe Links

Unsere Website enthält Links, die zu Websites anderer Anbieter führen. Auf den Inhalt und die Verfügbarkeit dieser Seiten haben wir keinen Einfluss. Verantwortlich für die Verfügbarkeit und den Inhalt dieser fremden Seiten sind ausschließlich die jeweiligen Seitenbetreiber. Wir weisen darauf hin, dass der Inhalt dieser fremden Websites nicht zwingend unsere Auffassung und/oder Meinung wiedergibt. Von Websites mit illegalem oder anstößigem Inhalt distanzieren wir uns ausdrücklich und versichern, dass zum Zeitpunkt der Verlinkung rechtswidrige Inhalte nicht erkennbar waren. Sobald uns rechtswidrige Inhalte externer Seiten bekannt werden, werden wir die entsprechenden Links umgehend löschen.

Urheberrechte

Alle auf dieser Website veröffentlichten Texte, Bilder und Grafiken sowie das Layout der Website selbst können urheberrechtlich geschützt sein. Jede Vervielfältigung, Bearbeitung, Verbreitung und jede Art der Verwertung außerhalb der Grenzen des Urheberrechts bedarf der schriftlichen Zustimmung des jeweiligen Urhebers. Downloads und Kopien sind nur für den privaten, nicht kommerziellen Gebrauch gestattet.

Regeln für das Schreiben von Kommentaren

Verfassen Sie Ihre Beiträge sachlich, verständlich und verzichten Sie auf persönliche Angriffe. Beiträge mit widerrechtlichem, diskriminierendem, rassistischem, anstößigem, beleidigende, gewerblichem oder werbendem Inhalt sind nicht gestattet. Das Gleiche gilt für das Anbringen entsprechender Links. Bei Verstößen werden wir die entsprechenden Inhalte oder Links entfernen. Fassen Sie sich kurz, damit eine aktive Kommunikation erfolgen kann. Veröffentlichen Sie keine personenbezogenen Daten von sich oder von Dritten, wie Namen, Adressen, Telefonnummern oder E-Mail-Adressen. Beachten Sie die Schutzrechte Dritter – insbesondere was die Texte anderer Verfasser oder anderweitig veröffentlichter Kommentare betrifft. Bitte beachten Sie: Bei einer Verletzung dieser Rechte (z.B. Persönlichkeitsrecht, Urheberrecht, Datenschutz) haften Sie selbst nach Maßgabe