

Analytik Management Zirkel und Messegesellschaften diskutieren die Zukunft von Fachmessen für Analytik, Chemie, Labor und Biotec

14.10.2005 - Der AMZ e.V. (Analytik-Management-Zirkel), eine Vereinigung von namhaften Firmen aus der analytischen Messtechnik und dieser Industrie angelehnten Unternehmen, hatte am 15. September zu einer Podiumsdiskussion mit dem Thema "Messe- Quo Vadis" geladen. Grundlage der Diskussion war eine Mitgliederbefragung des AMZ zum Thema Messen und ein sich daraus ergebendes Thesenpapier. Denn in Zeiten sinkender Marketingbudgets hinterfragen immer mehr Unternehmen die Rolle und die Bedeutung von Messen im Marketingmix.

Den hohen Stellenwert dieses Themas für Unternehmen aus der Analytik-, Labor- und Biotechnologiebranche wurde mit über 40 Teilnehmern von 30 namhaften Unternehmen unterstrichen. Von Seiten der Messegesellschaften waren die Messe München (Analytica), die Deutsche Messe AG (BioTechnica) und die Messe Schweiz (Ilmac) vertreten. Zu allseitigem Bedauern war es den Vertretern der Dechema (ACHEMA) nicht möglich, dieser Runde beizuwohnen.

Von Seiten der Aussteller wurden basierend auf dem erarbeiteten Thesenpapier im Wesentlichen fünf Themenschwerpunkte zur Sprache gebracht: Die Terminierung der Messen, ihre inhaltliche Ausrichtung, organisationsrelevante Gesichtspunkte, Kostenaspekte und die Bewerbung der einzelnen Messen. Die einzelnen Punkte wurden dem Podium, bestehend aus Vertretern der drei Messegesellschaften und den Unternehmen Dionex, Millipore und Axel Semrau, präsentiert. Die sich aus der anschließenden Diskussion ergebenden konkreten Ansatzpunkte zu Veränderungen lassen sich wie folgt zusammenfassen:

Für die Vertreter der 30 Unternehmen auf der Ausstellerseite stehen die Gewinnung und Bindung von Kunden und die Imagebildung bei ihren Erwartungen an eine erfolgreiche Messe an erster Stelle. Messen bieten den Ausstellern die Möglichkeit, direkt mit ihren Kunden in Kontakt zu treten und aktuelle Neuheiten vorzustellen, um so das Unternehmen umfassend präsentieren zu können. Daher sind für die Aussteller die Quantität und Qualität der Besucher von größter Bedeutung, was gleichermaßen für die Messegesellschaften gilt. Messegesellschaften und Aussteller sind sich einig, dass der Kunde, auf den es letztlich ankommt, der

(Fach-)Besucher der Messe ist. Seine Interessen richten sich vor allem auf Neuheiten, Information und Marktübersicht. In dieser Hinsicht ziehen Aussteller und Messegesellschaften an einem Strang, woraus in Zukunft eine stärkere Kooperation resultieren soll. Als zusätzlicher Anreiz für die Messebesucher sollen Veranstaltungen und Aktivitäten in die Messekonzepte eingebunden werden, die von mehreren Ausstellern getragen werden. Wenn diese nicht auf eine reine Produktpräsentation abzielen, werden die Messegesellschaften bei den Standpreisen starkes Entgegenkommen zeigen.. So können beispielsweise Forumsprogramme oder ein Showlabor von Ausstellern gemeinsam organisiert werden, um den Besuchern einen Zusatznutzen zu offerieren. Aber auch in der Besucherwerbung sollen neue Wege beschritten werden. Während die Ilmac bereits Gastkarten für die Aussteller kostenfrei zur Verfügung stellt, führt die Analytica ein System ein, in dem freie Gastkarten im Verhältnis zur Ausstellungsfläche vergeben werden. Die Biotechnica prüft ebenfalls neue Lösungen für Gastkarten für das Jahr 2007. Die Messegesellschaften haben zudem großes Interesse daran, das Adressenmaterial ihrer Aussteller für eigene Mailings zu nutzen. Sie bieten Preisnachlässe für Aussteller an, die ihre Adressen dafür zur Verfügung stellen (bei Verbleib der Adressen beim Aussteller).

Um in Zukunft terminliche Überschneidungen verschiedener Veranstaltungen zu verhindern, verspricht die Analytica, sich ab 2006 intensiv Gedanken über eine Verlegung des Messetermins 2012 zu machen, um eine erneute Kollision mit der ACHEMA zu vermeiden.

Alle vertretenen Messegesellschaften sind offen für strategische Allianzen und Kooperationen, mit dem Ziel, eine Leitmesse in Deutschland zu etablieren. Gleichzeitig streben sowohl die Analytica als auch die Biotechnica eine stärker ausgeprägte europäische Ausrichtung ihrer Veranstaltungen an. Die Biotechnica wird hierzu ab 2007 eine Kooperation mit einem europäischen Partner eingehen, der noch zu benennen sein wird. Begleitend sind von den Messegesellschaften weitere Maßnahmen, wie Frühbucherrabatte für die Aussteller, Abbau der Bürokratie bei Standbau und Anmeldung sowie verbesserte Online-Registrierungen vorgesehen.

Insgesamt war die Diskussion für alle Beteiligten ein erster großer Schritt in Richtung eines gemeinsamen Dialogs, den man gerne fortsetzen möchte. Mit dem Gefühl, dass man von einander lernen kann und sich aufeinander zu bewegt, wurde diese Veranstaltung des AMZ sehr begrüßt.

www.chemie.de/news/d/49546

InfoService

Informationen zum Artikel anfordern:
www.chemie.de/news/d/info/49546

News

Weitere News zu diesem Thema:
www.chemie.de/news/d/more/49546

Impressum

Chemie.DE Information Service GmbH
Seydelstr. 28, 10117 Berlin

Tel. +49 30 20 45 68 -0
Fax +49 30 20 45 68 -70

www.Chemie.DE
info@Chemie.DE