

## **Positive Entwicklung bei den österreichischen Messegesellschaften Viele erfolgreiche Veranstaltungen lassen optimistisch in die Zukunft blicken**

**Gerade in Zeiten neuer Kommunikationskanäle gewinnt die Echtheit und Authentizität im Kundenkontakt an Bedeutung. Das Marketinginstrument Messe bietet Unternehmen die Chance auf Kontakte mit intensiver Qualität und hohem Potenzial zur Kundenbindung und dem Imagegewinn. Die sehr gute Entwicklung der zwölf Messegesellschaften, die der Arbeitsgemeinschaft Messen Austria (MA) angehören, zeugen davon, dass Unternehmen diese Möglichkeit auch nutzen.**

Trotz der vielfältigen Vertriebs- und Kommunikationskanäle bleiben Messen ein wichtiger Bestandteil im Marketing-Mix. Das bestätigen auch die Branchenindikatoren aus dem internationalen und deutschsprachigen Raum. Gerade bei komplexeren Investitionen nutzen Kunden die Messe, um individuelle Beratung einzuholen und sich über Trends und Innovationen zu informieren. Eine Funktion, die auch das Internet, heutzutage als Informationsquelle unverzichtbar, nicht ersetzen kann. „Gerade im Zusammenspiel mit der haptischen Qualität und der hohen Dialog-Qualität, die auf Messen zu finden ist, ist Online-Kommunikation ein ideales Instrument zur Messenachbearbeitung, sowohl für Aussteller als auch die Messegesellschaft selbst. Die Kombination von real und virtuell, von online und offline, halte ich deshalb für das Optimum in der Kommunikation. Hier liegen viele Chancen, die Messen und Aussteller und jetzt viel stärker auch Besucher gemeinsam nutzen sollten“, so Mag. Robert Schneider, Geschäftsführer der Messe Wels und seit Jänner 2011 Vorsitzender der Arbeitsgemeinschaft Messen Austria.

### **Wirtschaftsmotor Messen**

Messen festigen und entwickeln die jeweilige Wirtschaftsregion und sind ein bedeutender Standortfaktor. Die Mitglieder der Messen Austria sind Unternehmen und Messeplätze, die Top-Qualität für den Besucher und den Aussteller bieten. In ihrer Verantwortung liegt es, die richtigen Themen aufzugreifen, die richtigen Besucher anzulocken und die Ausstellung so einfach und aufwandsschonend wie möglich zu gestalten. „Das Feedback der Aussteller an die Messegesellschaft, was Themen und Wünsche angeht, ist Basis eines produktiven Dialogs, von dem alle Seiten profitieren“, betont Mag. Robert Schneider.

### **Optimistischer Blick in die Zukunft**

Was die Konjunkturkrise ganz eindrucksvoll gezeigt hat, ist die Unterschiedlichkeit, mit der einzelne Teile einer Volkswirtschaft darauf reagieren. Manche Branchen waren von den Auswirkungen betroffen, andere wieder kaum bzw. in einem verschobenen Zeitablauf. Ein einheitliches Bild hat sich also in den jeweils von Messen bedienten Branchen nicht ergeben. „Die Messegesellschaften an sich haben sich sehr gut entwickelt. Im ersten Halbjahr gab es viele erfolgreiche Messen und ich bin daher für die nächsten Jahre ähnlich optimistisch“, so Mag. Robert Schneider. „Was aber natürlich nicht bedeutet, dass es automatisch aufwärts geht. Im Gegenteil: wir werden auch in Zukunft unsere Konjunkturdellen und -krisen erleben.“ Wichtig ist immer, wie man auf solche Entwicklungen reagiert und auf seine Kunden zugeht. „Ich gehe davon aus, dass die Mitglieder der Messen Austria in Zukunft erfolgreich bleiben werden“, ist Mag. Robert Schneider überzeugt.