

## HAUSMESSE

# Nutzen Sie den Heimvorteil

Warum immer in die Ferne schweifen, wenn man sein Unternehmen auch mal in den eigenen Geschäftsräumen präsentieren kann? Eine Hausmesse ist eine gute Alternative zu teuren Messe-Engagements und lässt sich sehr gezielt einsetzen.

➔ Allein in Deutschland finden jährlich mehrere hundert Messen statt. Die erheblichen personellen und finanziellen Mittel, die ein Messe-Engagement mit sich bringen, lässt die Frage nach dem Sinn aufkommen. Viele Unternehmen, die nach Einsparpotenzialen suchen, stellen die Teilnahme an großen Branchenmessen kritisch auf den Prüfstand. Doch der direkte Kontakt zu bestehenden und potenziellen Kunden bzw. Auftraggebern muss gerade in schwierigen Zeiten gepflegt werden. Die Unternehmen müssen am Markt sichtbar sein; wer nicht gesehen wird, wird vergessen. Die Hausmesse als Veran-

staltung in den eigenen vier Wänden ist dafür ein ideales Marketinginstrument. Standgebühren, Transport- und Reisekosten entfallen, die Kunden werden persönlich eingeladen.

Eine Messe in den eigenen Geschäftsräumen hat klare Vorteile. Ihre Besucher konzentrieren sich ausschließlich auf Ihr Unternehmen und Ihr Angebot, anders als bei einer breit angelegten Branchenmesse mit vielen hundert Ausstellern. Außerdem können sich die Mitarbeiter Ihres Unternehmens viel besser auf die einzelnen Besucher vorbereiten, weil sie anhand der Gästeliste genau wissen, wer kommen wird.

Bild: ImageSource/Getty Images



## Blick hinter die Kulissen

Eine Hausmesse hat zunächst den Zweck, die Produkte oder Dienstleistungen Ihres Hauses vorzustellen. Darüber hinaus bringt sie weitere positive Effekte mit sich: Die Besucher lernen das Umfeld des Unternehmens kennen, sie „schnuppern“ Firmenatmosphäre, und sie treffen Mitarbeiter, die auf den Branchenmessen üblicherweise nicht dabei sind. Daraus resultieren oft viel intensivere Gespräche. Die Gründe für eine Hausmesse sollten interessant und relevant sein. Einige Beispiele:

- Vorstellung neuer Produkte, Verfahren, Einrichtungen, Arbeitsabläufe,
- Saisontermine für Verbraucher und Handel oder
- Inbetriebnahme neuer Produktions- und Verkaufsstätten.

Während einer Hausmesse können Sie Ihre Kunden großzügiger empfangen als auf einer externen Messe. Das Unternehmen und die Produkte lassen sich optimal präsentieren. Laden Sie nicht nur Kunden, sondern auch Interessenten ein. So binden Sie Kunden und Interessenten gleichermaßen durch den persönlichen Kontakt und durch Aktionen wie eine Betriebsbesichtigung stärker an Ihr Unternehmen. Sie zeigen Ihr Unternehmen „von innen“.

## Integrieren Sie möglichst viele Mitarbeiter

Der Außendienst und die Vertriebsmannschaft sollten auf jeden Fall integriert werden. Wer in die Planung einbezogen wird, ist engagiert und motiviert dabei. Lassen Sie das Team mitreden und den Ablauf der Hausmesse mitplanen. Möglich sind Produktpräsentationen und/oder Betriebsführungen. So haben die Besucher die Gelegenheit, das gesamte Team persönlich kennenzulernen. Stellen Sie sicher, dass Ihre Veranstaltung von allen Kolleginnen und Kollegen mitgetragen wird und dieses Gefühl während der Veranstaltung auch bei den Kunden ankommt.

## Der richtige Zeitpunkt

Während sich für einen Tag der offenen Tür der Samstag bzw. das Wochenende anbieten, führen die meisten Unternehmen ihre Hausmesse an einem Wochentag durch. Doch auch ein Wochenend-Termin hat Vorteile: Sie kommen nicht in Konflikt mit Öffnungs- und Arbeitszeiten.

Gestalten Sie eine Einladung, die neugierig macht. Machen Sie es dem Besucher mit einem Antwortbogen einfach zu antworten. Bieten Sie eventuell einen Abholservice an, falls Ihre Firma vom nächsten Bahnhof oder Flughafen weiter entfernt liegt. Tritt ein externer Referent auf, erhöht dies die Attraktivität. Das Thema des Referenten sollte zu den zentralen Themen Ihrer Hausmesse passen. Wichtig ist auch, dass die Presse rechtzeitig eingeladen wird. Ihr Unternehmen sollte nach der Veranstaltung „eine gute Presse“ durch Ihre Öffentlichkeitsarbeit erfahren. Informieren Sie

## Wieso kompliziert, wenn's auch ganz einfach geht!



Das Firmenjubiläum steht an und Sie sind zuständig für die Organisation von der Terminplanung, über die Einladungen bis zur Bewirtung? Damit Zeit für die wichtigen Dinge bleibt, begleitet aveato Business Catering seit 1999 das Office-Management durch die Welt der Meetings, Business Lunches und Empfänge. aveato Business Catering bedeutet einen einfachen und transparenten Bestellablauf, gutes Essen und einen unverwechselbaren Service rund um den „gedeckten Tisch“. Ein Catering-Berater, 1000 Möglichkeiten, Transparenz, Budgettreue, und Angebote in weniger als 60 Minuten nach Anfrage sind garantiert.

**Zum 10-jährigen Jubiläum lädt aveato Business Catering Neukunden ein**, das Angebot zum halben Preis kennen zu lernen – die Erstbestellung bei aveato Business Catering zahlt zur Hälfte aveato.\* aveato Business Catering liefert in **Berlin, Bielefeld, Bonn, Dresden, Düsseldorf, Hamburg, Köln, Leverkusen und Potsdam – und ab März 2010 auch in München.**

Mehr Infos unter [www.aveato.de](http://www.aveato.de) oder unter fon 0180 3464373 (9 Cent/Minute).

(\*Gilt für Erstbestellungen von juristischen Personen bis zu einem Bestellwert von 50 Euro. Privatkunden/Einzelfirmen sind ausgenommen. Die Gewährung des Rabatts kann ohne Angabe von Gründen abgelehnt werden. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen. Aktion befristet)

### Gewinnen Sie eine Kostprobenplatte!

Zur Neueröffnung in München im März 2010 verlost aveato Business Catering exklusiv unter Münchener working@office-Leser/-innen 100 Kostprobenplatten für circa vier Personen.

Senden Sie bis **1. März 2010** eine E-Mail an [workingoffice@gabler.de](mailto:workingoffice@gabler.de), **Betreffe aveato** oder eine Postkarte an Redaktion [working@office](mailto:working@office), Abraham-Lincoln-Str. 46, 65189 Wiesbaden, **Stichwort aveato.**

Teilnehmen können Firmenkunden aus München und naher Umgebung. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

### Hausmesse: Die Vorteile auf einen Blick

- Eine Hausmesse ist für Besucher wesentlich kompakter und übersichtlicher: Als Veranstalter können Sie sich daher viel intensiver mit Ihren Kunden beschäftigen, denn diese kommen – anders als bei einer großen Messe – ausschließlich zu Ihnen.
- Der Streuverlust ist geringer und die qualifizierten Rückmeldungen höher als auf einer Großveranstaltung.
- Sie pflegen Ihr Unternehmensimage und erhöhen den Bekanntheitsgrad - vor allem in der Region.
- Sie können Verbesserungspotenziale direkt erkennen und Ihre Kunden gezielt beraten. Nutzen Sie die wertvollen Rückmeldungen für die Weiterentwicklung von Produkten und Dienstleistungen.
- Sie zeigen Ihr Unternehmen von innen.
- Es fallen keine Kosten für Logistik, Reisekosten und teure Standgebühren an.

die Lokal- und Branchenpresse über Ihre Hausmesse und versenden Sie eine Pressemitteilung inklusive Fotos.

Bieten Sie zusätzlich zu einem interessanten Produktprogramm auch ein Rahmenprogramm, das in Erinnerung bleibt. Anders als auf einer großen Messe wird der Besucher diese Eindrücke immer mit Ihrem Unternehmen verbinden. Veranstalten Sie zum Beispiel ein Gewinnspiel mit attraktiven Preisen. Ist keine Übernachtung der Gäste geplant, beenden Sie Ihr Programm am Nachmittag, damit noch genügend Zeit für die Rückreise bleibt. Ihre Hausmesse bleibt länger in Erinnerung, wenn Sie für die Besucher ein kleines Präsent bereithalten.

### Die Hausmesse außer Haus

Auch wenn der Name es nahe legt: Eine Hausmesse muss nicht zwingend in den eigenen Geschäftsräumen stattfinden, wenn die räumlichen Gegebenheiten das nicht erlauben. Dann finden sich Alternativen in Hotels, Stadthallen oder anderen Veranstaltungsräumen. Der Veranstaltungsort sollte zum Unternehmensauftritt passen, sodass die Produkte in geeigneter

Atmosphäre präsentiert werden können und die Besucher sich wohlfühlen. Eine zeitgemäße Darstellung neben dem Produktkatalog nutzen Unternehmen auf ihrer Internetseite. Dort wird eine virtuelle Hausmesse eingerichtet. Wie bei einer realen Hausmesse gibt es dort die Vorstellung neuer Produkte, die Darstellung der neu eingerichteten Verkaufsräume, sogar mit einem virtuellen Rundgang. Der Kunde hat die Möglichkeit, durch die virtuelle Hausmesse zu laufen und sich alle Neuerungen in Ruhe an seinem Bildschirm anzusehen. Die Gründe für eine solche virtuelle Veranstaltung sind naheliegend: Das Unternehmen kann immer wieder Neuerungen in die virtuelle Hausmesse stellen und Kunden und Pressevertreter durch eine Marketing-Aktion auf seine Homepage aufmerksam machen.

Der Kunde ist somit immer auf dem neuesten Stand und weder an Zeit noch Ort gebunden. Die virtuelle Hausmesse ist ein kostengünstiges Marketinginstrument, das sich schnell um- und einsetzen lässt. Animationsfilme über Produkte lassen die virtuelle Welt lebendiger werden.

Eine Hausmesse festigt das gute Erscheinungsbild Ihres Unternehmens, genau wie ein Tag der offenen Tür. Auf jeden Fall ist eine Hausmesse ideal für eine Veröffentlichung in der Fachpresse. Empfangen Sie die Pressevertreter persönlich, gute Kontakte zu ihnen sind genauso wichtig wie die zu Kunden. Bei längeren Veröffentlichungen können Sie Sonderdrucke an Ihre Kunden und Besucher verteilen.

Versorgen Sie auch die Personen mit Informationen, die nicht teilnehmen konnten. Damit schaffen Sie eine Motivation, bei der nächsten Hausmesse mit dabei zu sein. Die Gesprächsergebnisse sollten Sie, wie bei jeder Messe, schriftlich festhalten, als wertvolle „Ausbeute“ Ihrer Hausmesse. Für die IT-Abteilung Ihres Unternehmens bietet es sich an, die eigene Datenbank zu aktualisieren und alle im Rahmen der Hausmesse gewonnenen neuen Informationen, zum Beispiel Adress- und Funktionsänderungen, in die Datenbank einzupflegen. ←

Irmtraud Schmidt, Trainerin und Autorin

### Wichtige Tipps für den Ablauf:

- Planen Sie für den Empfang genügend Personal ein.
- Die Verkaufsmannschaft sollte in unmittelbarer Nähe des Empfangs stehen, denn der Kunde hält sofort Ausschau nach bekannten Gesichtern.
- Machen Sie die Besucher miteinander bekannt und liefern Sie bei der Vorstellung so viele Informationen, dass genügend Anknüpfungspunkte für weitere Gespräche entstehen.
- Wenn Sie eine Betriebsbesichtigung organisieren, teilen Sie lieber in kleinere Gruppen ein, Ihre Gäste werden es Ihnen danken.
- Bester Zeitpunkt für eine Betriebsbesichtigung ist die Mittagspause, denn dann wollen sich Ihre Besucher bewegen, ein Vortrag an dieser Stelle wäre nicht angebracht.
- Geräte und Maschinen müssen in Betrieb sein. Beziehen Sie das Produktionspersonal bei den Führungen mit ein.
- Legen Sie die Kaffeepause im Anschluss an die Besichtigung, dann können sich die Gäste darüber unterhalten.
- Veranstalten Sie im Rahmen der Vorbereitung einen Probelauf der Führung, oft geschätzt man sich in der Zeit.
- Achten Sie darauf, dass die Vorträge immer den eindeutigen Kundennutzen zeigen und nicht zu viel Eigenwerbung enthalten.
- Über einen Feedbackbogen können die Gäste ihre Meinung schriftlich festhalten. Diese Rückmeldung ist vor allem für die Organisation der nächsten Hausmesse wertvoll.