Symposium zum Messe-Controlling

Neue Ansätze und Tools zur Optimierung des Messe-Erfolgs

19. März 2009 – Universität Hohenheim

Lehrstuhl für Marketing
Prof. Dr. Markus Voeth

Eberhard Karls
Universität
Tübingen

Lehrstuhl für Marketing
Jun.-Prof. Dr. Uta Herbst

Programm

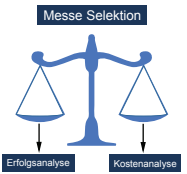
Ab 14 Uhr	Anreise der Teilnehmer
14.30 Uhr	Begrüßung und Themeneinführung (*Prof. Dr. Markus Voeth, Universität Hohenheim*)
14.45 Uhr	Messe-Controlling vor dem Hintergrund aktueller Trends im Messewesen (*Hendrik Hochheim, AUMA e.V.*)
15.15 Uhr	Neue Erkenntnisse im Messe-Controlling aus Wissenschaft und Praxis (*Jun.-Prof. Dr. Uta Herbst, Universität Tübingen; Sina Barisch, Universität Hohenheim*)
16.00 Uhr	Walk & Talk – Kaffeepause
16.30 Uhr	Hilfestellung durch Messeveranstalter beim Messe-Controlling (*Guido von Vacano, Landesmesse Stuttgart GmbH*)
17.00 Uhr	Ein Ansatz für ein umfangreiches Messe-Controlling in der Praxis (*Jürgen Grunewald; Falk Bodi, Robert Bosch GmbH*)
17.30 Uhr	Abschlussdiskussion
18.00 Uhr	Get together

Messe-Controlling: DIE aktuelle Herausforderung im Messe-Management

Messen stellen eines der bedeutendsten Vertriebs- und Kommunikationsinstrumente dar. Vor allem aber sind Messen einer der zentralen Orte, um mit aktuellen und potenziellen Kunden in Kontakt zu treten. Diese Bedeutung von Messen spiegelt sich auch im Anteil am Kommunikationsbudget wider: So beträgt dieser Anteil nach einer Studie des AUMA im Jahr 2008/2009 rund 40 Prozent. Um diesen wichtigen Anteil des Kommunikationsbudgets jedoch richtig einzusetzen – was angesichts des durch die Finanz- und Wirtschaftskrise ausgelösten zusätzlichen Budgetdrucks unbedingt erforderlich ist – ist ein professionell und zielführend betriebenes Messe-Controlling für Messeverantwortliche notwendig und stellt aktuell DIE Herausforderung dar. Denn erst das Messe-Controlling zeigt, ob der subjektiv als gelungen empfundene Auftritt wirklich erfolgreich war. An dieser Stelle ist aber auch die Wissenschaft gefordert: So sind neue Ansätze für das Messe-Controlling wissenschaftlich zu entwickeln und für die Praxis einsetzbar zu machen. An dieser Aufgabe arbeiten die Lehrstühle für Marketing der Universitäten Hohenheim und Tübingen seit geraumer Zeit. So konnten in den vergangenen Jahren verschiedene Studien durchgeführt und eigene Tools entwickelt werden.

Bausteine des Messe-Controllings

Um den Messeauftritt möglichst erfolgreich zu gestalten und in diesem Zusammenhang die Kosten-/Nutzen-Relation zu optimieren, eignet sich ein aus verschiedenen Modulen bestehendes, praxisnahes Messe-Controlling-Konzept. In der Praxis lässt sich jedoch häufig feststellen, dass die Erreichung gesteckter Messe-Ziele nicht umfassend gemessen und überprüft wird. Stattdessen werden für die Einschätzung des Erfolgs der Messebeteiligung oftmals nur subjektive Einschätzungen wie „es war immer etwas an unserem Stand los“, „die Bar war ständig besetzt“ oder „den Besuchern wurde viel geboten“ herangezogen. Angesichts der fraglos hohen und immer häufiger beklagten Kosten der Messebeteiligung reichen derartige „Indikatoren“ heute jedoch nicht mehr aus. So muss ein umfassendes Messe-Controlling vor, während und nach dem Messeauftritt stattfinden und sowohl die Kosten als auch den Erfolg messen, um Messeauftritte hierauf aufbauend zu optimieren.



Inhalte des Symposiums

Im Rahmen des Symposiums werden aktuelle Ansätze und Tools des Messe-Controllings vorgestellt und aus verschiedenen Perspektiven beleuchtet. Marketing-Wissenschaftler, Messe-Aussteller, Messe-Veranstalter und Verbandsvertreter erläutern innovative Konzepte und Trends aus den verschiedenen Bereichen des Messe-Controllings und berichten über erste Anwendungserfahrungen. Darüber hinaus bestehen vielseitige Möglichkeiten zur Diskussion und zum Erfahrungsaustausch.

Prof. Dr. Markus Voeth/Sina Barisch
Lehrstuhl für Marketing
Institut für Betriebswirtschaftslehre
Universität Hohenheim (510 D)
Schloss Osthof Ost
D-70593 Stuttgart
Tel.: 0711 / 459-22926
Fax: 0711 / 459-23718
E-Mail: marketing@uni-hohenheim.de

Jun.-Prof. Dr. Uta Herbst
Lehrstuhl für Marketing
Institut für Betriebswirtschaftslehre
Eberhard Karls Universität Tübingen
Nauklerstraße 47
D-72704 Tübingen
Tel.: 07071 / 29-74143
Fax: 07071/ 29-5078
Email: uta.herbst@uni-tuebingen.de