

# Treffsicher direkt

Millionen Menschen in Deutschland besuchen in jedem Jahr regionale Verbraucherausstellungen. Diese treuen und künftigen Besuchergruppen können immer wieder für B2C-Veranstaltungen gewonnen werden.

**Auf dem Weg zu einer B2C-Veranstaltungsbeteiligung helfen Ausstellern diese vier Schritte:**

## 1. Qualität schafft Vertrauen

[www.fama.de](http://www.fama.de)

Trends, Statistiken und Hintergrundinformationen rund um die regionale Messewelt liefert der 1951 gegründete Fachverband Messen und Ausstellungen e.V. (FAMA).

## 2. Regionalität schafft Nähe

[www.fama.de](http://www.fama.de)

Unter [www.fama.de](http://www.fama.de) finden Sie eine Publikumsmesse oder Verbraucherausstellung in Ihrer Region.

## 3. Wissen schafft Kompetenz

[www.auma.de](http://www.auma.de)

Der FAMA ist seit 1966 Mitglied im Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e.V. (AUMA). Neben der Messedatenbank gibt es hier Tipps für Aussteller, Checklisten für den Messealltag und den AUMA-MesseNutzenCheck – eine Software für Messeplanung und Controlling – zum Herunterladen.

## 4. Kontrolle schafft Sicherheit

[www.fkm.de](http://www.fkm.de)

Beim AUMA liegt die Geschäftsführung der Gesellschaft zur Freiwilligen Kontrolle von Messe- und Ausstellungszahlen (FKM). Die FKM prüft die Basisdaten – Aussteller, vermietete Standfläche, Besucherzahl – jeder gemeldeten Messe und erstellt Besucherstrukturanalysen. Diese Tests dienen der Erfolgskontrolle und als Entscheidungskriterium für eine Messebeteiligung.

**FAMA Fachverband Messen und Ausstellungen e.V.**

Geschäftsstelle Messe Erfurt

Gothaer Straße 34 | 99094 Erfurt

Tel.: +49 361 400-8000 | Fax: +49 361 400-8008

E-Mail: [info@fama.de](mailto:info@fama.de)



Fachverband Messen  
und Ausstellungen



# Heimvorteil – zu jeder Saison

Wir zeigen, wie das geht.

[www.fama.de](http://www.fama.de)



# Erfolgsstrategie B2C

*Angebot trifft Nachfrage. Aussteller treffen Besucher. Das Prinzip der Publikumsmessen und Verbraucherausstellungen, der so genannten Business to Consumer (B2C) Veranstaltungen, ist und bleibt ein Erfolgsmodell.*

Die Messewirtschaft zählt zu den wichtigsten Dienstleistungsbranchen in Deutschland. Allein 226.000 Vollarbeitsplätze werden durch Messen gesichert.

Die im Fachverband Messen und Ausstellungen e.V. (FAMA) vereinten privaten und kommunalen Veranstalter organisieren pro Jahr etwa 200 B2C-Messen mit rund sechs Millionen Besuchern und über 40.000 Ausstellern.

Messen garantieren die direkte Kommunikation, die angesichts immer komplexer werdender Produkte und Dienstleistungen besonders gefragt ist. Dabei müssen gerade B2C-Veranstaltungen echte Marktplätze sein und als Informations-, Event- und Kommunikationsplattformen alle Sinne der Besucher ansprechen. Das stellt alle Aussteller vor größere Herausforderungen.

\*Quellen der Daten, Fakten und Zahlen:  
Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e.V. (AUMA), 2009

## Als wichtige Instrumente zur Begeisterung der Besucher für B2C-Messen sind zu empfehlen:

- Analyse von Besucherzielgruppen und Besuchsmotiven
- Angebot eines breiten Branchen-Mixes
- Fokus auf einmalige Live-Erlebnisse
- Nutzung von crossmedialen Kommunikationsstrategien, Multiplikatorenwerbung und Kundenbindungsinstrumenten sowie Online-Tools
- Pflege eines langfristigen, klar profilierten Veranstaltungskonzeptes
- Zusammenarbeit von Veranstaltern und Ausstellern



## Je besser die Veranstalter von regionalen Publikumsmessen und Verbraucherausstellungen die Wünsche der Besucher berücksichtigen, desto stärker rücken die B2C-Vorteile in das Bewusstsein. B2C-Veranstaltungen –

- ... machen Produkte und Dienstleistungen persönlich erlebbar.
- ... erzeugen Emotionen innerhalb der Kommunikation von Mensch zu Mensch.
- ... bündeln Erfahrungen, Kommunikation und Wissen.
- ... schaffen Nähe und Vertrauen durch Regionalität und Qualität.
- ... bereichern die Städte.

