

24. August 2020      Messewirtschaft

## Messen nutzen direkt dem Geschäft – gerade in der Coronakrise

### AUMA-Vorsitzender Philip Harting: Wer jetzt auf Messen setzt, kann Marktanteile gewinnen

Die deutsche Wirtschaft verzeichnet gegenwärtig bedingt durch die Corona-Pandemie erhebliche Umsatzrückgänge. Investitionen und private Anschaffungen werden vielfach verschoben oder gar gestrichen. Gleichzeitig kommt die Messewirtschaft, das ansonsten wichtigste Instrument der Business-to-Business-Kommunikation, nur schwer wieder in Gang, auch deshalb, weil sich inzwischen viele ausstellende Unternehmen fragen: Setzen wir jetzt auf Messebeteiligungen, um das eigene Geschäft in Gang zu bringen? Oder warten wir doch lieber, bis sich die Branchenkonjunktur erholt hat, weil dann der Messe-Erfolg vermutlich höher ist und sich auch andere Rahmenbedingungen verbessert haben?

Für Philip Harting, Vorsitzender des AUMA – Verband der deutschen Messewirtschaft und selbst Unternehmer, ist die Sache klar: „Es gilt das Prinzip: Wer wagt, gewinnt. Wer in den nächsten Monaten auf Messen setzt, hat früher als andere die Chance, auf Innovationen eine direkte, ungefilterte Resonanz zu erhalten, denn auf Messen kann der Kunde



**Harald Kötter**

Geschäftsbereichsleiter  
Öffentlichkeitsarbeit &  
Messen Deutschland

Pressekontakt, FKM-  
Geschäftsführer – Mobil:  
+49 (0) 175 2204600

 +49 30 24000-140

 [h.koetter@auma.de](mailto:h.koetter@auma.de)

---

#### Mehr zum Thema

- > Handlungsempfehlungen für Aussteller zu Hygienekonzepten und zum Gesundheitsschutz auf deutschen Messen
  - > Coronavirus: Aktuelle Informationen des AUMA
-

prüfen und testen. Und wenn der Kunde sich von der Qualität überzeugt hat, entscheidet er einfach schneller. Denn gerade neue Kunden zu gewinnen, ist mit Hilfe digitaler Formate äußerst schwierig. Das haben viele Unternehmen in den letzten Wochen und Monaten erfahren. Nebenbei bekommt ein Aussteller noch wertvolle Tipps für die Weiterentwicklung seiner Produkte“. Und, so Harting, wer auf Messen ausstelle, finde schneller fachlich und menschlich passende Kooperationspartner, um die Krise besser zu bestehen. Nicht zuletzt könne man dringend notwendige Geschäftsabschlüsse anbahnen, vielleicht nicht so umfangreiche wie gewohnt, aber aus kleinen Aufträgen würden oft genug mittelfristig große.



Ebenso großen Nutzen bieten Messen in der gegenwärtigen Situation Fachbesuchern. Der AUMA-Vorsitzende: „Fachbesucher können frühzeitig mit potentiellen neuen Lieferanten persönlich verhandeln, Technik- und Design-Innovationen früher als andere live erleben und auch Anregungen finden, wie man im Einzelhandel zögernde Verbraucher begeistern kann.“

Die deutschen Messeveranstalter haben im Übrigen, so der AUMA, in Abstimmung mit den Gesundheitsbehörden vorbildliche Konzepte zum Gesundheitsschutz der Teilnehmer entwickelt. Eine Messeteilnahme sei durchaus mit Alltagssituationen in Verkehr, Handel oder Freizeit vergleichbar. Auch haben sich die Reisebedingungen seit Anfang Juli erheblich verbessert. Der internationale Luftverkehr wurde deutlich hochgefahren und aus den Schengen-Staaten und mehreren anderen Ländern ist inzwischen eine problemlose Einreise nach Deutschland möglich. Diese Länder stehen für rund 70% des üblichen Volumens an Auslandsbesuchern auf deutschen Messen.

## Bildmaterial

Download [JPG-Datei](#)



> Messen nutzen direkt dem Geschäft – gerade in der Coronakrise

**AUMA-Vorsitzender Philipp Harting,  
HARTING Technologiegruppe,  
Espelkamp. Foto © HARTING / Kai  
Reifenberg**



Download [JPG-Datei](#)

**Auf Messen kann der Kunde prüfen,  
testen und sich vom Aussteller  
informieren lassen. Foto: Messe  
München GmbH**