

Das Einhorn der Branche

In Sachen Messeorganisation blickt bludonau auf zahlreiche erfolgreiche Projekte zurück – Karin Reiter im Interview mit **medianet**.

WIEN. Mit Leidenschaft, Humor und Engagement geht die Agentur bludonau an ihre Arbeit und setzt auf „messbar mehr Messerfolg“. Welche Bedeutung Messen heute noch haben und wie man bei bludonau mit neuen Technologien umgeht, hat **medianet** bei Karin Reiter nachgefragt, die bei der Agentur für Kommunikation und Consulting zuständig ist.

medianet: Frau Reiter, welchen Reiz haben Messen heute noch? Und welche Bedeutung haben sie für Unternehmen?

Karin Reiter: Die Messen des 21. Jahrhunderts sind lebendige Marktplätze – große Bühnen mit Potenzial für multisensorisch inszenierte, emotionalisierende Begegnungen zwischen Menschen und Marken. Im B2B-Bereich erhalten neue Eventformate – Kombinationen aus Fachmesse, Tech Talk und Konferenz – großen Zuspruch von interessierten Fachbesuchern. Dass sich Live-Kommunikation trotz der wachsenden Relevanz von Online- und Social Media-Tools größter Popularität erfreut, hat gute Gründe: **Im digitalen Raum erscheinen viele Interaktionen zu flüchtig, und die Ablenkungen sind zu groß, um nachhaltig Eindruck zu hinterlassen.** Noch im-



© Peter Hofstaetter

mer sind es reale Begegnungen zwischen Menschen, die Vertrauen schaffen und dafür sorgen, dass sich Kaufentscheidungen ‚gut anfühlen‘. B2B-Unternehmen geben durchschnittlich fast die Hälfte ihrer Kommunikationssetats für Messebeteiligungen aus. **Wer jetzt in der Lage ist, am Kontaktpunkt Messe einen authentischen Markenauftritt mit einem inspirierenden Kundenerlebnis zu verbinden, seine Gesprächskontakte konsequent zu tracken und nach Messeende in Vertriebsfolge umzuwandeln, wird auch langfristig auf der Gewinnerstraße fahren.**

Interviewpartnerin

Karin Reiter ist bei bludonau für die Unternehmenskommunikation und das Consulting tätig.

men bzgl. Messe an. Können Sie uns Ihr Portfolio kurz beschreiben?

Reiter: Als Agentur für Markeninszenierung, Leadmanagement und Performance auf Messen betrachten wir Messe *ganzheitlich* – als Prozess und Medium der Live-Kommunikation. **Damit das enorme Nutzenpotenzial von Messe auf die Straße kommt, muss bereits im Vorfeld klar sein, welche Ziele mit einer Messebeteiligung verfolgt werden. Alles rund um den Messeauftritt sollte auf diese Ziele einzahlen.** Das funktionale Design des Messestandes ebenso wie die Auswahl und Präsentation der Exponate; das Storytelling, die kommunikative Kompetenz der Mitarbeiter am Messestand und das Kontaktmanagement vor, während und nach der Messe.

bludonau ist breit aufgestellt: Als Consultants und Projektleiter begleiten wir den Kunden durch den gesamten Messeprozess, als Messearchitekten schaffen wir einzigartige Markenräume. Digitales Leadmanagement ist ebenso Teil unseres Portfolios wie CheckBehaviour!, ein einzigartiges Verfahren zur Messung von Zutritten, Frequenzen und Verweildauern am Messestand. Mit dieser Besucherstromanalyse können wir in Echtzeit Informationen zur Nutzung des Messestands liefern, nach Messeende den Messe-ROI ermitteln und ein Feedback zur Optimierung der Messeperformance liefern.

medianet: In Ihrem Portfolio findet sich auch ‚Messearchitektur‘ wieder. Was kann man sich darunter konkret vorstellen?

Reiter: Ein Charakteristikum der Messearchitektur ist der temporäre Charakter der Bauwerke. **Hochwertige Messestände erkennt man nicht nur am durchdachten Design oder an der Qualität der eingesetzten**

”

„Messebau‘ ist das Keyword, das Aussteller am häufigsten benutzen, wenn sie nach einem Partner für ihre Messeorganisation suchen.

“

medianet: bludonau bietet ein Rundumpaket für Unterneh-

Materialien. Man erkennt sie auch daran, dass sie skalierbar sind und über längere Zeiträume als Arbeitsplatz und Bühne ‚funktionieren‘ – in unterschiedlichen Größen, an unterschiedlichen Messeplätzen, mit immer neuen Inhalten beispielbar. Einzigartige Räume mit Kontaktpunkten für den Dialog und die Interaktion mit Marken und Produktwelten zu gestalten, ist Kernkompetenz und Leidenschaft der bludonau Architekten und Designer. Dafür wurden wir mehrfach ausgezeichnet.

medianet: Auf welches Projekt schauen Sie besonders gern zurück?

Reiter: Das ist eine schwierige Frage. Mit einigen Kunden verbindet uns eine erfolgreiche Zusammenarbeit über zehn und mehr Jahre, da gibt es einige ‚Juwelen‘. Wenn es uns gelingt, einen Kunden schon beim ersten Mal mit dem bludonau-Spirit anzustecken, spornt uns das ganz besonders an. Für den Messeauftritt der Swisspearl Group AG auf der Weltleitmesse Bau 2017 entwarf und realisierte bludonau auf einer Standfläche von nur 63 m² einen alles-außer-gewöhnlichen Stockstand. Ästhetische Reduktion und innovative Formensprache im Umgang mit dem Kultmaterial Faserzement, so lautete der gestalterische



© Jens Schlüter/Blu Donau Projects

Messestand

Für den Kunden Silhouette und seinen Messeauftritt bei der MIDO, Messe für die optische Industrie, zeichnete bludonau verantwortlich.



© Silhouette

Anspruch. Unserem Architekten Siegfried Miedl gelang eine Komposition aus Nähe und Distanz, ein subtiles Spiel mit Form und Funktion – von der Abstraktion in der schrägen Fläche mit verpixelten, farbigen Elementen zur fokussierten, be-greif-baren Präsentation mit räumlicher Tiefenwirkung. Dass wir nach den Worten des Kunden Messe verstehen wie kein anderer und keine Messestände bauen, sondern überzeugende Gesamtkonzepte individuellen Zuschnitts liefern, honoriert unsere Teamleistung.

medianet: Die neuen Technologien haben die Messe längst erreicht – wie setzen Sie Social Media, VR, etc. ein?

Reiter: In der Präsentation am Messestand ist der Trend zu digitalen Tools unübersehbar. Jedoch ist der Grat zwischen teurem Showeffekt und kommunikativem Mehrwert oft sehr schmal. Wer als Aussteller die Herausforderung hat, komplexe Verfahren verständlich darzustellen oder Maschinen und Anlagen, die für den Messestand zu groß sind, ist mit Augmented Reality-Lösungen wie z.B. Magic Lens gut bedient. Mit dem Einsatz digitaler Technologien gehen wir noch einen Schritt weiter: Digitales Leadmanagement und die digitale Besucherstrom-

Messeauftritt

Auch für die Swisspearl Group AG zeichnete bludonau für den Messeauftritt auf der Weltleitmesse Bau 2017 verantwortlich.

analyse sind mit im Spiel, wenn es darum geht, den Erfolg unserer ausstellenden Kunden messbar zu verbessern. Auch im Besuchermarketing ermuntern wir sie, auf allen Kanälen aus dem Vollen der digitalen Möglichkeiten zu schöpfen. Das Einladungsmanagement auf E-Mail-Aussendungen zu beschränken oder sich auf der Firmenwebsite damit zu begnügen, Messeterminen und Links zum Veranstalter zu platzieren, war gestern.

medianet: Was hebt Sie vom Wettbewerb ab?

Reiter: ‚Messebau‘ ist das Keyword, das Aussteller am häufigsten benutzen, wenn sie nach einem Partner für ihre Messeorganisation suchen. Auch wir werden so im Web gefunden, dennoch sehen wir uns als Spezialagentur, damit sind wir gewissermaßen ein Einhorn in der Branche. Wir gestalten Messe als Prozess und Lernraum und behalten dabei immer die Interessen von Ausstellern und Besuchern im Blick: Messbare Ziele, funktionale Architektur für den markenkonformen Auftritt, digitale Leaderfassung und -bearbeitung sowie Instant Feedback über das Besucherverhalten auf dem Messestand für messbar mehr Messeerfolg. Das ist unser USP. (gs)

B2B

Ausgaben

Laut Karin Reiter geben B2B-Unternehmen durchschnittlich fast die Hälfte ihrer Kommunikationsetats für Messebeteiligungen aus.