

CONFORM GMBH, HALLE/WESTFALEN

Der Messestand – ein Raum, in dem Haltung überprüfbar wird

Messen nehmen im Kommunikationsmix von Unternehmen seit jeher eine besondere Rolle ein. Im Gegensatz zu anderen Kommunikationskanälen sind Messestände Orte, an denen Erzählungen und Inszenierungen für Besucher überprüfbar werden. Werte und Kernbotschaften müssen sich über die Darstellung hinaus im Erleben bewähren. Der Messestand fungiert damit weniger als Bühne, sondern als Raum, in dem Anspruch und Wirklichkeit unmittelbar aufeinandertreffen. Der Touchpoint Messeauftritt verdichtet Marke, Begegnung und Gespräch oft auf wenige Quadratmeter und kurze Zeit. Darin liegt gerade heute seine besondere Relevanz.

Foto: ZWILLING, Solingen
Design: Matteo Thun & Antonio Rodriguez Design, Mailand



Foto: Markus Schwalenberg, Dormagen

Diese Wirkung verstärkt sich durch den Wandel auf Besucherseite. Jüngere Marketing- und Einkaufsverantwortliche kommen oft gut vorbereitet zur Messe, mit klarer Agenda und begrenzter Zeit. Sie nutzen ihren Besuch weniger zur ersten Kontaktaufnahme und zur generellen Orientierung im Markt als zur Einordnung und Überprüfung einzelner Anbieter. Sie legen Wert auf Authentizität, Relevanz und Glaubwürdigkeit. „Der Messestand wird zum Filter, und die Sensibilität für Inkonsistenzen wächst, insbesondere in der Werte- oder Nachhaltigkeitskommunikation“, sagt Patrick Jürgens, Geschäftsführer der Conform GmbH. „Marken- und Produktversprechen müssen sich im räumlichen Auftritt, im Gestaltungskon-

zept und im Gespräch plausibel fortsetzen.“ Den Mitarbeitenden auf dem Messestand kommt dabei eine besondere Bedeutung zu. Anders als digitale Kommunikationskanäle ist der Messeauftritt ein sozial kontrollierter Raum; Gespräche lassen sich nicht beliebig steuern, Nachfragen nicht ausblenden. Gefragt ist der Dialog auf Augenhöhe und das Team wird zum zentralen Träger der Marke. Haltung zeigt sich weniger im formulierten Claim als in der Art, wie Mitarbeitende agieren. Wenn Werte und Botschaften visuell präsent sind, in der persönlichen Kommunikation jedoch keine Entsprechung finden, kann diese Diskrepanz zu Vertrauensverlust bei Bestandskunden und zu Skepsis bei potenziellen Neukunden führen.

Für Marketingverantwortliche stellt sich damit nicht mehr nur die Frage, was im Rahmen des Messeauftritts kommuniziert werden soll, sondern auch die Frage, was im Raum tatsächlich eingelöst werden kann. Kohärentes Auftreten und ein klar priorisiertes Standkonzept, das die Aufmerksamkeit der Besucher gezielt lenkt, statt sie zu zerstreuen, schaffen Verbindlichkeit und Entscheidungsrelevanz. Die Messe bleibt ein strategisch wichtiger Touchpoint und ein wirkungsvoller Kanal – gerade, weil sie fehlende Klarheit sichtbar macht und Authentizität belohnt.

www.conform.cc



MARKE IM RAUM

HINTERLASSEN SIE SPUREN IN
DEN KÖPFEN IHRER BESUCHER.

WIR SCHAFFEN ERLEBNISWELTEN,
DIE MENSCHEN UND MARKEN
NACHHALTIG ZUSAMMENBRINGEN.

www.conform.cc/projekte

