



## Zehn Tipps für einen erfolgreichen Messeauftritt in China

**Janet Mo**

Mitgründerin, CEO

Zentron Consulting, Austria

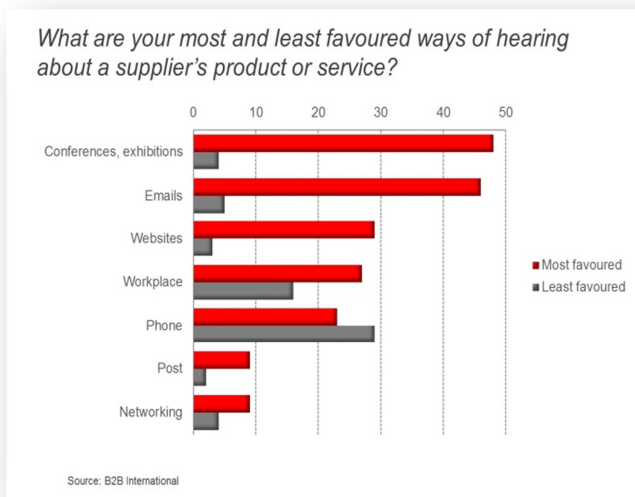


Abb. 1 Messen sind der bevorzugte Kommunikationskanal für Industrieinkäufer.

helfen, Zeit und Geld zu sparen und letztendlich einen erfolgreichen Messeauftritt veranstalten zu können, möchte ich Ihnen im Folgenden ein paar nützliche Tipps geben.

Messen und Ausstellungen in China sind unverzichtbare Verkaufs- und Marketing Tools.

Laut einer aktuellen Studie von B2B-International sind Messen für Einkäufer der bevorzugteste Weg, um mit potentiellen Lieferanten zu kommunizieren (Abbildung 1). Mit strategisch richtig gewählten Messen können Sie sicherstellen, dass Einkäufer die Produkte und Services Ihres Unternehmens besser kennen. Zusätzlich kommt es durch den persönlichen Kontakt leichter zu Vertragsabschlüssen.

Jedoch sind Messen in China, so wie überall sonst auch, zeitaufwendig und kostenintensiv. Um Ihnen dabei zu

1. **Klar definierte und kommunizierte Ziele** sind das Fundament einer erfolgreichen Messe. Welche der folgenden Ziele wollen Sie durch eine Veranstaltung erreichen?

- ✓ Markenbekanntheit / Image verbessern
- ✓ Kontakte zu bestehenden Kunden auffrischen
- ✓ Neue Kunden gewinnen
- ✓ Neue Kontakte mit Geschäftspartnern, Lieferanten und Händlern knüpfen
- ✓ Den Markt beobachten und analysieren
- ✓ Direktverkäufe abschließen

Üblicherweise haben Sie mehr als ein Ziel. Versuchen Sie, zu priorisieren und einen entsprechenden Plan zu entwickeln.

2. **Die Wahl der passenden Messe in China**, unter tausenden von Veranstaltungen, bedeutet eine Herausforderung. Bevor Sie sich entscheiden, informieren Sie sich über folgende Punkte:

- ✓ Background des Organisers – Geschichte, Erfahrungsberichte, Reputation, Professionalität
- ✓ Location der Messe – findet sie in der Umgebung des Zielmarktes statt? Oder müssten Ihre Zielgruppen, um die Messe zu besuchen, eine lange Strecke zurücklegen (in China könnte das tausende Kilometer bedeuten)?
- ✓ Art der Messe – horizontal (breites Branchenspektrum) oder vertikal (spezialisiert auf ein Segment wie z.B. Windenergie)
- ✓ Liste der (vergangenen) Aussteller – sind/waren Ihre Mitbewerber/Geschäftspartner anwesend? Fragen Sie sie nach deren Erfahrungen. Denken Sie, dass Ihre Präsenz unter den teilnehmenden Ausstellern notwendig/vorteilhaft ist?
- ✓ Anzahl der Besucher sowie Profile – handelt es sich dabei um Ihre potentiellen Kunden/Partner? Entscheidungsträger?
- ✓ Mix aus nationalen und internationalen Ausstellern und Besuchern

Falls möglich, sollten Sie die ausgewählten Messen persönlich besuchen, bevor Sie dort ausstellen. Durch die Beteiligung an einem Gruppenstand, organisiert von einer Wirtschaftsorganisation Ihres Landes oder Ihrer Region (z.B. Handelskammern), können Sie ebenfalls das Risiko reduzieren. Auf der AUMA Webseite ([www.auma.de](http://www.auma.de)) finden Sie eine umfangreiche Liste mit internationalen Messen.

3. **Ausreichend Zeit für Planung und Organisation** erhöht Ihre Chancen auf Erfolg, vor allem wenn Sie zum ersten Mal in China ausstellen. Durch geographische Distanzen, kulturelle Unterschiede, Kommunikations-Barrieren... usw. könnten Vorgänge, anders als Sie es von zu Hause gewohnt sind, um einiges langsamer ablaufen.

#### 4. Die Auswahl des richtigen Messestandbauers ist mit entscheidend für den Erfolg



*Strenge Qualitätskontrolle ist notwendig für den Standbau in China.*

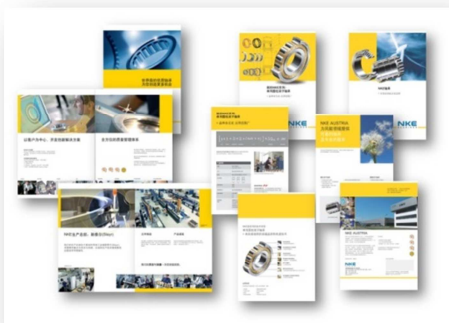
ist mit entscheidend für den Erfolg einer Veranstaltung. Einige Aussteller lassen die Messestände in China von europäischen Messestandbauern errichten. Dadurch wird, mit entsprechend hohen Kosten, die Qualität des Standes sichergestellt. Die Kosten für chinesische Messestandbauer sind, im Vergleich zu europäischen, deutlich geringer. Wirklich gute chinesische Messestandbauer verfügen u.a. über ausgezeichnete Kenntnisse, was örtliche Begebenheiten und Besucherverhalten betrifft. Dennoch ist eine permanente Kontrolle notwendig - vom Konzept, Budget, Konstruktionszeichnungen, bis hin zu den Aufbauarbeiten. Falls Sie über keine eigenen Mitarbeiter zur Überwachung des Messestandbaus vor Ort verfügen, müssten Sie mindestens 24 Stunden vor Messebeginn noch einmal alles persönlich kontrollieren. Dadurch sollte Ihnen noch genug Zeit für notwendige Anpassungen bleiben.

#### 5. Verbessern Sie den Nutzen einer Veranstaltung mit der richtigen Kommunikation vor der Messe. Hier ein paar nützliche Tools:

- ✓ Offizieller Messekatalog des Veranstalters
- ✓ Werbeschaltungen mit Messeinformationen
- ✓ Pressemitteilungen inkl. Messe-Highlights
- ✓ Ankündigungen auf der eigenen Webseite, Social Media, Newsletter
- ✓ Einladungen an Kunden und Partner per E-Mail oder Post, falls möglich mit Gutschein für die Eintrittskarten
- ✓ Besonders wichtig sind persönliche Einladungen durch Ihre Vertriebsmitarbeiter während der Kundenbesuche

#### 6. Ein erfahrener Logistikpartner sorgt für die reibungslose Abwicklung des Versandes, die Zollabfertigungen und, falls erforderlich, die Rücksendung von Exponaten und Equipment. Veranlassen Sie den Versand so früh als möglich, um einen Zeit-Puffer für etwaige Komplikationen beim chinesischen Zolle zu haben.

#### 7. Marketing-Unterlagen in chinesischer Sprache sind ein Muss



*Marketing-Unterlagen in chinesischer Sprache sind ein Muss.*

besucher Ihre Produkte und Services verstehen. Obwohl Englisch als Business-Sprache in China immer populärer wird, werden die meisten Ihrer potentiellen Kunden Probleme damit haben, komplexe und technische Inhalte richtig zu verstehen. Alle Mitarbeiter, einschließlich Europäer, sollten zweisprachige Visitenkarten haben. Fügen Sie die Länder-Vorwahl in die Telefonnummern ein.

## 8. **Mindestens ein oder zwei europäische Mitarbeiter am Messestand**

unterstreichen Ihr westliches Image, was in China üblicherweise positiv angenommen wird. Zusätzlich ist es eine Geste, die die Bedeutung der Ausstellung und der Besucher hervorhebt. Stellen Sie sicher, dass die europäischen Kollegen gut geschult wurden, über den Markt Bescheid wissen und ausreichend interkulturelle Fähigkeiten besitzen. Obwohl die Chinesen grundsätzlich Respekt vor Europäern haben, sind sie jedoch meist zu schüchtern oder es fehlen ihnen die sprachlichen Kenntnisse für eine geschäftliche Konversation. Aus diesem Grunde sollten die chinesischen Mitarbeiter die ersten Ansprechpartner am Messestand sein. Falls erforderlich, engagieren Sie einen professionellen Dolmetscher mit sowohl sprachlichen als auch technischen Kenntnissen.

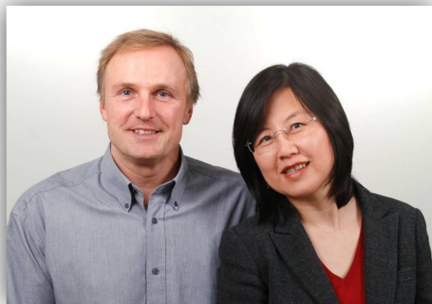
## 9. Sonstige **Kleinigkeiten**, die den Unterschied machen:

- ✓ Bereiten Sie kleine Geschenke aus Ihrem Heimatland für besondere Gäste und Kunden vor. Sie sollen vor allem Ihre Aufmerksamkeit bekunden und müssen nicht unbedingt teuer sein.
- ✓ Falls möglich, organisieren Sie für den Stand einen Wasserkocher, um chinesischen Besuchern Tee zu servieren.
- ✓ Laden Sie ausgewählte Kunden zum Abendessen ein. Es verbessert die Beziehungen und fördert das gegenseitige Vertrauen.

## 10. **Die eigentliche Arbeit beginnt nach der Ausstellung.** Dies gilt auch für China.

Rechtzeitige Folgeaktivitäten sind erforderlich um schlussendlich die gesetzten Ziele erreichen zu können. Versand von angeforderten Informationen, Angebote erstellen, Verhandlungen fortsetzen, Besuche, Feedback usw.

Messen sind für Unternehmen ein wichtiger Bestandteil des Marketing-Mix. Besonders in einem fernen Land wie China sollten Sie einen verantwortlichen Projektleiter einsetzen, der die Prozesse aktiv voran treibt und alle Abläufe kontrolliert.



*Wolfgang Gastner und Janet Mo*

## **About Zentron Consulting**

Zentron Consulting spezialisiert sich auf B2B-Marketing Dienstleistungen in China. Die Firma mit dem Sitz in Haidershofen/Steyr, Österreich, unterstützt europäische Unternehmen, ihre Präsenz in China aufzubauen bzw. zu erweitern.

Die Gründer **Janet Mo** und Dipl.-Ing. (FH) **Wolfgang Gastner** verfügen jeweils über mehr als 20 Jahre Erfahrung in Marketing und Engineering, sowohl in China als auch in Europa.

## **Zentron Consulting OG**

Haidershofen 206, 4431  
Haidershofen bei Steyr, Austria

M: +43 660 440 4633 T: +43 7252 37674

E: [janet.mo@zentron-consulting.com](mailto:janet.mo@zentron-consulting.com)

[www.zentron-consulting.com](http://www.zentron-consulting.com)