

Präsenz an Fachmessen: ein Muss im Marketingmix von Unternehmen in der Gesundheitsbranche

Sich an Messen messen lassen bringt neue Kunden

Welche Rolle spielen Messen im Marketingmix einer immer digitaler werdenden Welt? Sind die Aussteller nur dabei, weil die Konkurrenz vor Ort ist? Unternehmen aus der Gesundheitsbranche geben Auskunft über ihre Beweggründe, an der IFAS ROMANDIE teilzunehmen.

Websites, Online-Shops, E-Mailings, Banner oder Adwords heissen die modernen Kommunikationsmassnahmen – auch in der Gesundheitsbranche. Messen dagegen gehören zu den ältesten Plattformen, um Waren und Dienstleistungen zu vermarkten. Überholt und überflüssig sind sie deswegen noch lange nicht. Im Gegenteil: Messen haben sich über die Jahrhunderte stark gewandelt und sind nach wie vor ein zentrales Mittel im Marketingmix von Unternehmen. «Messen gehören zu den wichtigsten Massnahmen in der Kommunikation unseres Unternehmens», bestätigt Stéphane Lambert, Marketingverantwortlicher der Applimed SA. Dies sei auch deshalb der Fall, weil das Unternehmen selten in den Medien und auf anderen Kommunikationskanälen präsent sei.

Unmittelbarkeit als grosse Stärke

Die Teilnahme an Messen erfüllt nach wie vor Ziele, welche die elektronischen Kommunikationsmittel nicht erreichen können. Persönlicher Kundenkontakt und das Vorführen von Produkten und Entwicklungen vor einem breiten Publikum sei so nur an Messen möglich, begründet Rebekka Sah vom Marketing der Wiegand AG den Nutzen von Messeauftritten. «Anfassen und mit eigenen Augen sehen ist auch heute noch für viele Entscheider sehr wichtig», so Sah.

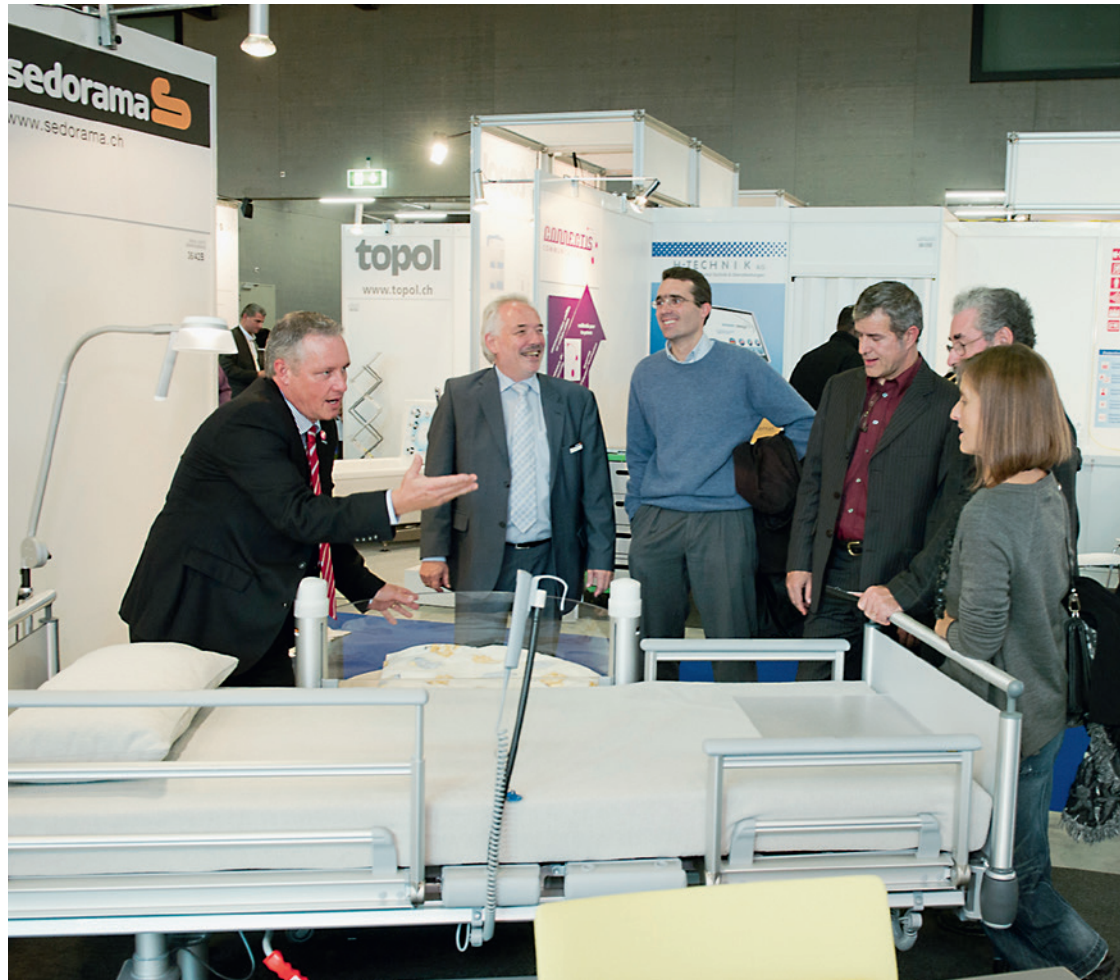
Anne-Claire Huni, Kommunikationsbeauftragte des «Institut et Haute Ecole de la Santé La Source» stellt fest, dass die elektronische

Kommunikation relevante und ergänzende Kommunikationskanäle eröffnet, aber der direkte Kontakt mit den Zielgruppen nach wie vor sehr wichtig sei. «So können wir alle Fragen individuell beantworten und eine persönliche Beziehung aufbauen.» Auch für Ruedi Meier von der Meiko (Suisse) AG sind persönliche Kundenkontakte enorm wichtig: «Der Mehrwert von Messen ist enorm.»

Image und Positionierung stärken

Für Rebekka Sah von der Wiegand AG sind Messeauftritte nicht nur für persönliche Kontakte, sondern auch für das Image wichtig: «Es ist für uns von zentraler Bedeutung, wie die Kunden uns als Firma und Partner wahrnehmen.»





Dies gilt auch für Ruedi Meier: «Meiko ist ein renommierter Name auf dem Markt. Aufgrund dessen bemühen wir uns auch immer wieder für einen aussagekräftigen Stand. Eine Teilnahme an der IFAS ROMANDIE ist für uns ein Muss.»

3. IFAS ROMANDIE im Überblick

Fachgebiete

Medizintechnik, Diagnostik, Rehabilitation, Pflege, Verbrauch, Informatik, Organisation und Einrichtung

Ort

Expo Beaulieu Lausanne, Halle 36

Datum

30. Oktober bis 1. November 2013

Veranstalter

Exhibit & More AG,
8117 Fällanden

Weitere Infos

www.ifas-expo.ch

Gerade auch für junge Firmen ist die Messteilnahme eine gute Möglichkeit, sich einem breiten Fachpublikum zu präsentieren und das Unternehmen zu positionieren: «Die Messe nutzen wir, um unser Unternehmen und seine Produkte bekannt zu machen», sagt Sandrine Simonetti, VR-Mitglied der SGM Distribution SA. «Ausser Messen machen wir Mailings und Prospekte; der grösste Teil unseres Budgets läuft aber in Messen», erklärt Simonetti.

Wie bei anderen Kommunikationsmassnahmen ist auch das Kosten-Nutzen-Verhältnis von Messen schwierig zu beurteilen. Der Nutzen könne nicht mit harten Zahlen beziffert werden, so Rebekka Sah. «Messen sind eine langfristige Investition und dienen in erster Linie der Image- und Kundenpflege», ist Sah überzeugt.

Networking und Stimmung einfangen als Zusatznutzen

Nicht nur Kundenkontakte, sondern auch der Austausch mit zahlreichen Akteuren der Medizinbranche und die Beobachtung der Konkurrenz sind für Stéphane Lambert ein

wichtiger Grund für die Messteilnahme der Firma Applimed SA. Auch Meiko und die Ecole La Source nutzen die Messepräsenz nicht nur zur Kundenbindung und Produktvorstellung, sondern auch für das Networking.

Eine weitere Komponente macht Messen für die Aussteller wertvoll: Sie können anhand des Besucherstroms und der direkten Reaktionen innert kurzer Zeit abschätzen, wie die Marktstimmung auf nationaler und auch internationaler Ebene ist, was aufgrund von Einzelkontakten des Aussendienstes oder anderen Aktivitäten nicht möglich ist.

IFAS als wichtigste Plattform in der Romandie

In der Romandie wird die IFAS von den Unternehmen als wichtigste Messe für die Gesundheitsbranche bezeichnet. Einige nehmen auch an kleineren Veranstaltungen oder an anderen Gesundheitsmessen im Ausland teil, zum Beispiel der Medica in Düsseldorf oder der Hôpital Expo in Paris.

Text: Cornelia Bachmann