

Das Besondere an der Bundesförderung: Die geförderten Unternehmen stellen ihre Produkte auf ausgewählten Messen an Gemeinschaftsständen aus – unter der Dachmarke „Innovation made in Germany“. Das habe einige Vorteile, meint Kerstin Scheffler,

sie wissen, dass sie an einer bestimmten Messe teilnehmen möchten“, rät Scheffler.

Im laufenden Jahr steht für das bundesweite Förderprogramm ein Etat von 2,6 Millionen Euro zur Verfügung. Bei der ersten und zweiten Messebeteiligung eines Unternehmens werden jeweils 60 Prozent der Kosten übernommen, ab der dritten Messebeteiligung sind es noch 50 Prozent, aber maximal 7500 Euro pro Aussteller und Messe. „Theoretisch kann die Beteiligung an regelmäßig wiederkehrenden Messen beliebig oft gefördert werden, solange die Kriterien erfüllt sind und die Messe zum Unternehmen passt“, sagt Scheffler über die Bundesförderung.

Die Messförderprogramme stellen übrigens nicht nur für die jungen Unternehmen eine große Chance dar, sondern für die Mes-selandschaft insgesamt, betont die AUMA-Referentin: „Die Messegesellschaften erschließen sich mit

„Die Vielfalt der geförderten Messeteilnahmen ist groß und deckt im Grunde alle gewerblichen Branchen der Unternehmen in Rheinland-Pfalz ab.“

Ines Krämer, Investitions- und Strukturbank Rheinland-Pfalz (ISB)

Referentin des AUMA für Messen in Deutschland und Ansprechpartnerin für das bundesweite Förderprogramm: „Dadurch, dass die geförderten Unternehmen gemeinsam auf einem Stand ausstellen, werden untereinander schnell Kontakte geknüpft und es kommen Synergieeffekte zustande. Die jungen Unternehmer tauschen gegenseitig Erfahrungen aus und wenn die Produkte kompatibel sind, entstehen sogar manchmal Kooperationen.“

2016 wurden auf 53 Messen solche Gemeinschaftsstände errichtet und 600 bis 700 Aussteller auf diese Weise gefördert. „Die Chancen für den Antragsteller sind generell sehr hoch. Die Stände umfassen meistens zehn bis fünfzehn Unternehmen. Bei manchen Messen ist die Größe des Gemeinschaftsstandes begrenzt; nach dem Prinzip „First come, first serve“ sollten Start-ups also ihren Antrag einreichen, sobald

„Die Messegesellschaften erschließen sich mit der Förderung eine Zielgruppe, die sonst mit großer Wahrscheinlichkeit nicht auf die Messe gekommen wäre.“

Kerstin Scheffler, AUMA

der Förderung eine Zielgruppe, die sonst mit großer Wahrscheinlichkeit nicht auf die Messe gekommen wäre. Und gerade große Unternehmen suchen auf Messen gezielt die Stände junger Unternehmen auf, um Kooperationen zu schließen.“

DIE FÖRDERPROGRAMME IM VERGLEICH

	Bundesweites Förderprogramm	Rheinland-Pfälzisches Förderprogramm
Zielgruppe	KMU • die neue Produkte, Verfahren oder Dienstleistungen entwickelt beziehungsweise verbessert oder neu im Markt eingeführt haben • mit einem Jahresumsatz von höchstens zehn Millionen Euro • die vor weniger als zehn Jahren gegründet wurden	Alle kleinen und mittelständischen Unternehmen mit Sitz oder Betriebsstätte in Rheinland-Pfalz
Förderfähige Messen	Ausgewählte internationale Messen in Deutschland (Beteiligung an Gemeinschaftsständen)	Alle von der AUMA unter www.auma.de gelisteten Auslandsmessen
Art der Förderung	• 60 Prozent Kostenübernahme bei der ersten und zweiten Messe • 50 Prozent ab der dritten Messe • Maximal 7500 Euro pro Aussteller und Messe	• Pauschal 3000 Euro für Messen innerhalb Europas • Pauschal 5000 Euro für Messen außerhalb Europas
Ziel des Programms	Unterstützung der Vermarktung und insbesondere des Exports neuer Produkte und Verfahren von Unternehmen aus Deutschland	Förderung des Exports rheinland-pfälzischer Produkte und Dienstleistungen, Erschließung neuer internationaler Absatzmärkte und Erhalt bestehender ausländischer Absatzmärkte
Prozedere	Antragstellung beim Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (BAFA). Infos und Anträge unter www.bafa.de (Suchbegriff: Messeprogramm junge innovative Unternehmen)	Antragstellung bei der ISB Rheinland-Pfalz. Infos und Anträge unter isb.rlp.de (Suchbegriff: Förderfinder Assistent, Stichwort Messezuschuss)
Bilanz	2016 wurden zwischen 600 und 700 Aussteller gefördert.	2016 wurden 211 Aussteller gefördert.



Mit vielen interaktiven Elementen machte der Messebauer mac die Besucher auf seinen Stand aufmerksam.

MESESTRENDS 2017

„Detailreich, Digital, Dunkel“ – so lautet das Fazit von Michael Becker, Hauptabteilungsleiter CAD-Design bei mac aus Langenlonsheim, das zu den Top Drei der international tätigen Messebauunternehmen in Deutschland zählt. Auf der Messe „EuroShop“ in Düsseldorf, die als Trendsetter für kreative Ideen im Handel gilt, hat er sich umgeschaut:

Im Gegensatz dazu werden die Hölzer immer heller. Statt dunkler Hölzer wie Eiche, werden in diesem Jahr eher Birke oder Seekiefer verwendet. Sehr auffällig ist die Liebe fürs Detail. Je mehr Zeit man auf dem Messestand verbringt, umso mehr entdeckt man. Das macht den Besuchern Spaß und führt dazu, dass sich die Verweildauer auf dem Messestand erhöht – und sich damit folglich mehr Chancen für Gespräche mit potenziellen Kunden bieten. Eng damit zusammen hängt auch die sich wandelnde Ansprache: Produkte und Dienstleistungen werden heutzutage sehr interaktiv vermittelt. Die Messestände sind nach allen Seiten hin offen gestaltet und die Besucher werden dazu animiert, alles auszuprobieren sowie mit allen Sinnen zu erleben.

Darüber kommen dann gute Gesprächseinstiege zustande. Wir hatten zum Beispiel bei unserem EuroShop-Stand eine Candy-Bar, an der sich die Besucher eine Tüte mit verschiedenfarbigen Bonbons zusammenstellen konnten. Jede Bonbonfarbe stand für eine mac-Eigenschaft – da kamen schöne Gespräche zustande! Die Integration von digitalen Elementen auf Messeständen ist schon seit Jahren ein großes Thema. Während diese Elemente bisher eher spielerisch verwendet wurden, werden sie nun tatsächlich auch als Anwendungstool eingesetzt, also mit einer Virtual-Reality-Funktion ausgestattet. Jetzt setzt man die VR-Brille nicht mehr nur zum Spaß auf!

„Schwarz ist das neue Weiß.“ Schon die Gewinner des im November 2016 verliehenen Famab-Awards, also die vom Messebranchenverband prämierten Messeprojekte, waren überwiegend schwarz gehalten – auf der EuroShop hat sich das fortgesetzt. Wir haben beispielsweise für unseren Kunden ITAB einen komplett schwarzen Stand realisiert.



Schwarz mit hellem Holz: Der ITAB-Stand auf der EuroShop spiegelte gleich zwei Trends wider.

Fotos: mac

Creditreform These Nr. 1

WENIGER IST MEHR

RISIKO FÜR IHR GESCHÄFT.*

CREDITREFORM. MIT SICHERHEIT MEHR WERT.

Fehlendes Wissen über Ihre Kunden erhöht Ihr Risiko eines Zahlungsausfalls. Gehen Sie lieber auf Nummer sicher und setzen Sie auf einen starken Partner: Creditreform.

Mit unseren Lösungen optimieren Sie Ihre Kundenprozesse und steigern so den Wert Ihrer Kunden für Ihr Unternehmen. Sprechen Sie mit uns.

Creditreform Koblenz
 Tel. 0261 - 91 18 1-0 | www.koblenz.creditreform.de

MORGENSTERN
 consecom GmbH

IT-consulting | Datenschutz | Datensicherheit
 Roonstraße 40 · 56068 Koblenz
 T +49 (0)261 296777-13 · koblenz@m-consecom.de
www.m-consecom.de

MORGENSTERN
 Rechtsanwalts-gesellschaft mbH

IT-Recht | Medien | e-Commerce
 Roonstraße 40 · 56068 Koblenz
 T +49 (0)261 296777-12 · koblenz@m-kanzlei.de
www.m-kanzlei.de

ANZEIGE