

Hingehen oder doch lieber **Surfen?**

Messen, Kongresse, Workshops, Roadshows – wer viel Zeit und Geld hat, kann von Januar bis Dezember jede Menge **VERANSTALTUNGEN** besuchen, in denen es im weiteren oder engeren Sinne um Dialogmarketing geht. Tipps für Unentschlossene.

Autor: Vera Hermes

Eins vorneweg: Den immer mal wieder totgesagten Messen geht es richtig gut. Der Verband der deutschen Messewirtschaft AUMA meldet für das Jahr 2007 die höchsten Zuwächse seit dem Höhepunkt des New-Economy-Booms vor sieben Jahren. Was für deutsche Messen im Allgemeinen gilt, das trifft erst recht auf Dialogmarketing-Events zu: So verzeichnen die Nürnberger Mailingtage, der Wiesbadener Versandhandelskongress mit seiner Messe Mail Order World oder die Online-Marketing-Düsseldorf ein steigendes Interesse. Das mag nicht zuletzt daran liegen, dass sich in der Dialogbranche enorm viel tut.

Details auf Spezialmessen

Der Vorteil großer Branchenmessen: Hier präsentieren sich dem Besucher meist alle relevanten Anbieter auf einen Fleck, er kann sich somit sehr effizient über neue Entwicklungen informieren. Wer detailliert Wissen über Teilaspekte des Dialoggeschäfts, etwa das Callcenterbusiness oder CRM sammeln

will, ist auf den Spezialmessen jedoch besser aufgehoben. Kongresse und Konferenzen sind im Vergleich zu einem Messebesuch oft sehr teuer. Zudem präsentieren viele Referenten häufig Altbekanntes oder – noch schlimmer – reine Eigen-PR. Andererseits reicht oft nur ein inspirierender Vortrag, ein entscheidender Anstoß, und schon hat sich ein Kongressticket bezahlt gemacht. Und, nicht zu vergessen: Das wichtige Networking macht viele Kongresse lohnenswert! Mehr noch als auf einer Messe können Kongressbesucher in Pausen und Abendveranstaltungen wichtige Kontakte knüpfen. Genau das ist wohl auch der Grund, warum virtuelle Plattformen im Web den „ganz realen“ Branchenveranstaltungen nicht den Rang ablaufen können: Die persönliche Begegnung auf einer Messe oder einem Kongress ist durch Communitys und Foren im Internet schlicht nicht zu ersetzen. Das mag, sagt ein Onlinespezialist, der vergeblich versuchte, eine Dialogmarketing-Community zum Laufen zu bringen, daran

liegen, dass Dialogmarketer und ihre Führungskräfte im Schnitt älter als 40 Jahre sind; somit handelt es sich um eine aus Websicht „alte Klientel“, die lieber Hände schüttelt als Passwörter eingibt.

Internetplattformen wie www.marketing-boerse.de, www.competence-site.de oder die „Experts-Sites“, die es zu CRM, Callcenter, Onlinemarketing, PR und Vertrieb gibt, haben dennoch einiges zu bieten: Inhalte!

Kein Ersatz für Events

Wer sich zu Themen rund ums Dialogmarketing schlaumachen möchte, sollte einen Blick auf diese Websites werfen – den gezielten Besuch von Branchenevents ersetzt dieser Blick indes nicht. Und wohin muss nun gehen, wer im Kundendialog up to date sein will? Nun, das kommt ganz auf die individuellen Bedürfnisse an. Dialogmarketing-Altmeister Heinz Fischer jedenfalls pflegt zu sagen: „Irgendwas nimmt man immer mit!“ Und: „Ein Blick über den Tellerrand hat noch keinem geschadet!“ Recht hat er. <



★★★★★

DIE ONLINE-MARKETING

... (17./18. September) ist der Treffpunkt rund ums digitale Marketing und boomt seit Jahren. Der Besuch ist kostenlos.
FAZIT: Für alle, die Dialogmarketing nicht nur offline betreiben, ein lohnenswerter Termin.
www.online-marketing-duesseldorf.de

WICHTIGE ADRESSEN

DEUTSCHE BRANCHEN-EVENTS IM ÜBERBLICK

↓
DÜSSELDORF

↓
WIESBADEN

↓
NÜRNBERG

↓
BERLIN

ohne Wertung

DIE DIRECTEXPO

... findet erstmals vom 17. bis 19. September statt. Sie richtet sich an Dialogmarketer aus dem Mittelstand.
FAZIT: Ob noch Platz für eine weitere Branchenmesse ist? Spätestens im Herbst wissen wir mehr!
www.directexpo.de

★★★

DIE CALLCENTERWORLD

... die Leitveranstaltung für alle, die sich mit dem Thema Callcenter beschäftigen. Die Kongressmesse (16.–19. Februar 2009) platzt aus allen Nähten.
FAZIT: Wer zur Branche zählt, kommt um einen Besuch gar nicht herum.
www.callcenterworld.de

★★★★★

DIE MAILINGTAGE

... sind der größte Branchentreff. Sie finden am 18./19. Juni zum neunten Mal statt. Nach einem Veranstalterwechsel werden die Mailingtage erstmals von der NürnbergMesse verantwortet; Insider sehen diesen Wechsel mit Spannung, Skeptiker bangen um „familiäre Atmosphäre“.
FAZIT: Egal, wie es ausgeht: Wer zur Branche gehört und nicht mit der Familie im Urlaub ist, geht hin!
www.mailingtage.de

★★★★★

DIE CRM-EXPO

... (5./6. November) stellt, wie der Name sagt, das Customer Relationship Management in den Mittelpunkt.
FAZIT: Die im November stattfindende Messe nebst Kongress ist zwar top – aber etwas für Spezialisten.
www.crm-expo.com



★★★★★

DER VERSANDHANDELSKONGRESS

... findet im Oktober/November in Wiesbaden statt und trat damit in die Fußstapfen der DIMA, die nach Düsseldorf zog – und scheiterte.
FAZIT: Der Versandhandelskongress mit der Messe Mail Order World ist für jeden Profi im Versandhandel ein Pflichttermin.
www.versandhandelskongress.de