



## **Messemarketing für Thüringer Hotels**

**Falk Neubeck, Familotel am Rennsteig, Wurzbach und**

**Ernst Haberland, Agentur für Marketing & Werbung 'Thüringen Welt', Suhl im Gespräch mit GastGewerbeMagazin am 17.05.2017**

### **GGM**

**Herr Neubeck, ist es überhaupt heute noch modern, angesichts von Buchungsportalen, Internet, App`s und sonstigen elektronischen und sozialen Medien, Messen zu besuchen?**

#### *Falk Neubeck*

Ich weiß, dass meine Meinung sehr konträr steht zu vielen anderen Meinungen. Das Internet ist eine wunderbare Möglichkeit, schnell zu einer Grundinformation zu kommen. Alles was vertiefend sein soll, wo Emotionen erzeugt werden können, wo Informationen begeistern sollen, kann man nur in einem Informationsmix unterbringen. Dazu gehört unbedingt die Messe! Sie gibt mir die Möglichkeit, Gefühle, Informationen auch vertiefende Informationen an meinen potenziellen Gast zu bringen. Ich bekomme durch meine Fragestellung heraus, was den Gast wirklich interessiert und kann damit ganz spezifisch auf ihn eingehen. Also meine besten Chancen einen Kunden zu bekommen sind immer persönliche Gespräche.

### **GGM**

**Was ist Ihre Erfahrung zu den Argumenten: Messen bringen nichts mehr, sind altmodisch und gegen den Trend.**

#### *Falk Neubeck*

Auf die Gefahr hin, dem einen oder anderen vielleicht ein bisschen Unrecht zu tun, weiß ich, dass die Messen hauptsächlich von jenen eher negativ oder als altmodisch gesehen werden, die das nicht freiwillig tun, bzw. als Notwendigkeit mit ihrem Job zu erledigen haben.

Die Messen finden generell an Wochenenden statt und da kann ich mir für den einen oder anderen schon vorstellen, dass er andere Interessen hat als ganztägig auf einer Messe zu stehen. Eine Messe verlangt einem viel Stehvermögen und Leidenschaft ab, wo man sich sehr intensiv konzentrieren und darum kümmern muss, wonach der Gast wirklich sucht.

Es ist eben schwierig für Einige, und das sind genau diese Zeitgenossen, die eben

die Messen negativ beurteilen, weil sie etwas tun müssen, was sie eigentlich gar nicht machen wollen.

Ich selber komme aus dem Gastgewerbe. Für meine Familie waren und sind besonders die Wochenenden immer schon etwas anderes als ein Freizeitbereich. Der Freizeitbereich ist für Gäste, aber nicht für uns, weil wir Dienstleister mit Leidenschaft sind.

Und im Übrigen ist es so: die Besucherzahlen bei Messen sind immer noch auf hohem Niveau und bei einigen Messen ansteigend. Das hat seine Gründe. Einer ist immer wieder feststellbar: Die Besucher sind auf persönliche Gespräche, auf persönliches Kennenlernen aus. Genau das ist „unser Ding“!

Wenn die Gäste zu uns an den Messestand kommen und ich diese Chance habe, dann möchte ich wissen, ist der Gast auf der Messe, weil er seinen Urlaub sucht oder weil er vielleicht mit der Familie einen Eventtag verbringen will, vielleicht noch eine Reise gewinnen kann? Oder ist er ein Prospektsammler? Das bekommt man im Grunde nur raus, wenn man persönlich mit dem Gast kommuniziert.

## **GGM**

**Sie haben das Thema Emotionen angesprochen. Was können soziale Medien, was können Internet und Buchungsportale, was können diese Medien aber nicht?**

### Falk Neubeck

Ganz klar, neue Medien können nur sehr begrenzt Emotionen rüber bringen. Das geht nach meiner Überzeugung am besten in einem persönlichen Gespräch. Natürlich müssen wir unsere Kommunikationswege entsprechend verbinden.

### Ernst Haberland

Wir haben ähnliche Erfahrungen.

Wenige Tage nach Messebesuchen gehen unsere Internetzugriff-Statistiken sprunghaft nach oben. Insofern versuchen wir genau diese Kanäle aufeinander abzustimmen und nutzen auch zunehmend die sozialen Medien. Deshalb ist es auch schon wichtig, die eigenen Internetseiten auf einem aktuellen Stand zu haben. Sie sollten modern, übersichtlich und benutzerfreundlich gestaltet sein. Hier spreche ich von einem Mindeststandard!

Interessant ist auch die Feststellung, dass der überwiegende Teil unserer Besucher regelrecht darauf wartet, angesprochen zu werden. Das lassen wir uns natürlich nicht entgehen. Wir setzen mit unseren Messegesprächen oftmals erste und wichtige Impulse zur Entscheidungsfindung unserer Standbesucher. Er bekommt in der Regel Auskünfte und Unterlagen, die den Status einer „persönlichen Empfehlung“ haben.

Und wir empfehlen mit Leidenschaft, guter Laune und dem Wissen um das Können unserer touristischen Leistungsträger und Anbieter. Wir verbreiten gute Laune und erzeugen „Lust auf Urlaub“. Letztendlich tragen wir auch gemeinsam ein Stück Verantwortung, dass über uns Touristiker, unsere Angebote sowie unser Land ein positives Meinungsbild entsteht, weitergetragen und empfohlen wird.

## **GGM**

**Wie würden Sie die Wertigkeit zwischen persönlichen Gesprächen auf der Messe im Vergleich zu den anderen Werbemöglichkeiten bewerten?**

### *Falk Neubeck*

Wie ich schon gesagt habe, der Marketingmix ist die Lösung und darin nimmt das persönliche Gespräch mit dem Standbesucher eine herausragende Stellung ein. Verbunden ist natürlich der Bereich des Internets, der Druckmedien und der Anzeigen, sogar in Tageszeitungen. Die spielen da alle eine Rolle, aber nichts ist letztendlich so gut und so wichtig, wie das persönliche Gespräch.

Der Gast wird nach dem persönlichen Gespräch einen Prospekt mitnehmen. Er wird über die Region, in der er fährt Material mitnehmen und wird sich zu Hause dazu im Internet weiter informieren. Aber an das persönliche Gespräch mit uns wird er sich dabei mit Sicherheit erinnern und in seine Entscheidung einbeziehen.

Wenn man das weiter vertieft und nachfragt, wie eine „Urlaubsentscheidung“ zustande gekommen ist merke ich oft, dass der eigentliche Impuls nicht von der Internetrecherche, sondern vom Messekontakt herrührt. Der Messebesuch gerät oftmals in Vergessenheit oder wird nur selten erwähnt.

### *Ernst Haberland*

Den Marketingmix hatten wir schon angesprochen und der ist von grundlegender Bedeutung. Darin nimmt das persönliche Gespräch bei Messeauftritten einen besonderen Platz ein. Um jedem touristischen Leistungsträger / Anbieter die Möglichkeit zu geben, an Messen teilzunehmen, ist vor ca. 15 Jahren das Tourismus- Netzwerk „Thüringen Welt“ entstanden. Hier wurden die Hürden „Zeit-, Geld- und Personalmangel“ weitestgehend minimiert. Alle Mitmacher im Netzwerk sind uns persönlich bekannt und werden gleichsam präsentiert und empfohlen. Keiner wird bevorzugt, keiner benachteiligt! Sie alle werden nach ihren individuellen Stärken und Angeboten empfohlen. Es ist ein Verbund von Tourismus-Spezialisten mit eigenem Flair und individueller Gastlichkeit. Das Netzwerk wird nach unternehmerischen und marktwirtschaftlichen Gesichtspunkten sowie nach den Grundsätzen des Ehrbaren Kaufmanns geführt.

## **GGM**

**Haben die Messeteilnahmen für Sie als Unternehmer auch inspirierende Momente, für die Verbesserung der eigenen Angebote zum Beispiel?**

### Falk Neubeck

Es freut mich, dass Sie das so ansprechen.

Es ist ja tatsächlich so, dass auch wir von Fröhmgens bis Spätabends in unserem Betrieb arbeiten. Man wird da schon ein bisschen blind, auch zudem was die Mitbewerber anbieten.

Für uns ist das auch ein Stück Marktforschung. Es geht dabei auch darum herauszufinden, was machen die anderen? Was haben die für neue Ideen? Von was kann man sich selbst zu neuen Angeboten inspirieren lassen? Wir kochen alle nur mit Wasser.

### Ernst Haberland

Es ist ein Stück Marktforschung auch für uns. Regelmäßig führen wir Umfragen durch, um Nachfragen, Interessen und Wünsche unserer Standbesucher in Trends sichtbar und kaufbar zu machen. Dazu wurde unter anderem eine „Schlag – und Suchwort-Datei“ aufgebaut. Sie erleichtert unseren Standbesuchern das Auffinden ihrer „Urlaubswünsche“ oder setzt dafür Impulse. Mittlerweile wissen wir auch sehr genau, wie ein Prospekt „werbewirksam“ gestaltet sein sollte, um vom Besucher die gewünschte Aufmerksamkeit zu bekommen.

## **GGM**

**Kann man über die persönlichen Gespräche auch was von den Besuchern lernen?**

### Falk Neubeck

Natürlich.

Wir haben ja diese einmalige Möglichkeit, in ein Gespräch zu kommen. Da versuche ich herauszufinden, was der Gast denn wirklich will. Ich erfahre darin schon, wo war er denn zuletzt, was hat ihm da besonders gefallen.

Bei uns ist es besonders die Familie, die gefragt ist. Die Kundengespräche sind ein Stück Marktforschung für uns. Damit sind wir stets nah am Kunden und haben ein Auge auch auf die weiteren Markt, - und Messeteilnehmer. Wir wollen wissen, wo wir stehen und was wir noch besser machen können. Die Besuchergespräche sind eine wertvolle „Praxis-Schulung“.

### Ernst Haberland

Die Gespräche liefern uns auch das berühmte „Salz in der Suppe“. Das, was wir zum Beispiel bei den Messeteilnahmen gelernt und an Erkenntnissen gewonnen haben, wird regelmäßig in Newslettern veröffentlicht und auf unseren Internetseiten unter [www.thueringen-welt.de](http://www.thueringen-welt.de) einsehbar.

## **GGM**

**Wie sieht es das Team des Hotels, dass der Chef auf zahlreiche Messen im Jahr geht und welchen Stellenwert hat das für Mitarbeiter, wenn sie mit an den**

## **Messestand gehen können?**

### Falk Neubeck

Es hat einen hohen Stellenwert und verändert die Mitarbeiter in positivem Sinne. Sie gelangen zu neuen Erkenntnissen und lernen die „Welt der Touristiker“ in der Praxis kennen.

Es ist tatsächlich so, wenn ich mit den jungen Mitarbeitern, für die es ja eigentlich eine Auszeichnung sein soll, dass ihnen so viel Vertrauen entgegengebracht wird, ihnen das teure Hotel dort bezahlt- und auch mal „schön Essen“ dabei ist, wenn sich die Gelegenheit ergibt, sondern dass ihnen auch wirklich Vertrauen gegeben wird, unser Haus entsprechend gut zu präsentieren, also den Standbesuchern schmackhaft zu machen und sie zum Urlaubsaufenthalt in unserem Haus zu begeistern.

Die jungen Mitarbeiter sind im Grunde alle stolz, wenn sie mitgenommen werden und für mich ist es auch toll, den jungen Leuten zuzuschauen, wie sie Informationen rüber bringen. Wie sie auch danach schauen, was macht der Nachbarstand? Wie verkaufen die sich? Wie verhalten die sich? In welcher Qualität wird der Stand betreut, der Besucher umworben?

Dann ist es auch lustig zu hören von den eigenen Mitarbeitern, da schaut mal da drüben, die haben sich nicht einmal richtig angezogen. Oder, eine Blume am Stand wäre auch nicht gerade das Schlechteste gewesen. Oder in der Früh haben die ihren Stand nicht gesaugt. Das scheint denen egal zu sein.

Dies sind alles Dinge, wo ich sage, aha, das brauche ich den jungen Mitstreitern gar nicht mehr beibringen, das Lernen sie von selber. Sie werden ein ganzes Stück kompetenter und können aus eigenem Erleben auch schon frühzeitig sinnvolle Entscheidungen treffen. Die Messestandbetreuung ist Bestandteil unserer Ausbildungsaktivitäten.

Wir sehen uns als „Produzent“ und „Lieferant“ von einzigartigen, individuellen touristischen Leistungen, die bei unseren Gästen wertgeschätzt und immer wieder gewünscht werden.

Das ist ein hoher Anspruch, den wir auch als Unternehmer und Tourismus-Spezialist gerne leben.

***DANKE für das Gespräch!***