

„INTERNATIONALE KUNDENPOTENZIALE ERSCHLIESSEN“

Die Messe Frankfurt sorgt für die Fachbesucher auf dem Messegelände. Um diese aber zum eigenen Stand zu führen, muss der Aussteller selbst aktiv werden. Genau dafür stellt ihm die Messe Frankfurt im eigenen Verlag seit mehr als 30 Jahren erfolgreich Messemedien zur Verfügung.

Auf Basis konsequenter Crossmedialität ermöglichen die TOP FAIR Messemedien es den ausstellenden Unternehmen, ihre nationalen und internationalen Kundenpotenziale voll auszuschöpfen. Sie erweisen sich dabei neben den nationalen Fachzeitschriften als tragende Säule einer erfolgreichen Kundengewinnung und -bindung.

WAS LEISTEN TOP FAIR MESSEPUBLIKATIONEN IM VERGLEICH ZU FACHZEITSCHRIFTEN?

FACHZEITSCHRIFTEN: FOKUS AUF NATIONALE LESER

- ▶ ... thematisieren in der Regel ein eingegrenztes Fachgebiet
- ▶ ... haben nationale und fachlich orientierte Leser als Zielgruppe
- ▶ ... leisten Wissensvermittlung und Weiterbildung innerhalb der Branchen
- ▶ ... zeichnen sich durch eine regelmäßige Erscheinungsweise aus
- ▶ ... werden kostenpflichtig über Abonnements und Kioske vertrieben
- ▶ ... ermöglichen ganzjährige Öffentlichkeitsarbeit, Produktwerbung und Imagebildung
- ▶ ... behandeln Markt- und Hintergrundthemen
- ▶ ... erscheinen meist in geringer Auflage

TOP FAIR MESSEMEDIENTEN: EVENTSPEZIFISCHER FOKUS AUF NATIONALE UND INTERNATIONALE FACHBESUCHER

- ▶ ... stellen den einzelnen Aussteller in den Vordergrund
- ▶ ... thematisieren die jeweilige Messe mit ihren Produktneuheiten, ausstellenden Firmen und begleitenden Highlights
- ▶ ... erreichen mit ihrer Zweisprachigkeit auch das weltweite Fachpublikum
- ▶ ... zielen auf den Besuch der vorgestellten Ausstellungsstände ab
- ▶ ... erhöhen die Chancen auf zusätzliche Verkäufe
- ▶ ... sind für die Leser auf allen Kanälen kostenfrei
- ▶ ... fördern crossmedial das ganze Jahr hindurch eine effektive Messevorbereitung
- ▶ ... haben in der Regel eine hohe Reichweite (von knapp 40.000 bis über 80.000 Lesern)
- ▶ ... werden zum Zeitpunkt der Messe direkt auf dem Messegelände und in den Hotels verteilt

**ZWEI SÄULEN DER KUNDENGEWINNUNG:
TOP FAIR MESSEMEDIENTEN + FACHZEITSCHRIFTEN**

Betrachtet man die Ausrichtung und das Leistungsprofil von Messemedien und Fachzeitschriften, wird deutlich, dass es nicht um ein „Entweder-oder“ gehen kann. Beide zusammen ermöglichen eine umfassende und erfolgreiche Zielgruppenansprache.

**FACHZEITSCHRIFTEN ERREICHEN
GANZJÄHRIG DIE NATIONALE ZIELGRUPPE**

Sowohl die Messe Frankfurt als auch die ausstellenden Unternehmen nutzen Fachzeitschriften für ihre ganzjährige Öffentlichkeitsarbeit und erreichen damit eine vorwiegend nationale, relativ homogene businessorientierte Branchen-Zielgruppe.

**TOP FAIR MESSEMEDIENTEN ERSCHLIESSEN
INTERNATIONALE KUNDENPOTENZIALE**

TOP Fair Messemedien ermöglichen es den Unternehmen, Fachbesucher aus aller Welt anzusprechen, die die Messe Frankfurt durch intensive Besucherwerbung in hoher Zahl und Qualität an den Messeplatz bringt.

Nun zeigen Untersuchungen des AUMA (Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e. V.), dass 90 % aller Fachbesucher ihren Messebesuch gezielt planen. Nur so gelingt es, auf einer Ausstel-

lungsfläche von insgesamt bis zu 200.000 Quadratmetern in 11 Hallen den Überblick zu behalten. Genau dafür sind die TOP FAIR Messemedien konzipiert: Sie bieten den Fachbesuchern die dringend benötigte Orientierung im vielfältigen Event- und Produktangebot auf dem Messegelände. Für die Aussteller sind diese Publikationen somit eine Plattform nach Maß, um treffsicher am „Point of Interest“ auf sich aufmerksam zu machen.

Über die 4 Kanäle Print, Online, Mobile und Social Media informieren die TOP FAIR Messemedien die Besucher auf Deutsch und Englisch. Das 4-Medien-Konzept gewährleistet Mehrfachkontakte mit der Zielgruppe: Vor der Veranstaltung erscheint TOP FAIR als E-Magazin. Während der Messe verteilen Hostessen die Print-Ausgabe in hoher Auflage auf dem Messegelände und das Magazin liegt in Hotels aus. Zusätzlich werden ausgewählte Inhalte im TOP FAIR Blog und über Social Media-Kanäle (Twitter, Facebook, Google+) verbreitet.

Das Ergebnis ist eine hohe Sichtbarkeit von Content und Werbebotschaften auf den Messen und innerhalb der internationalen Branche über das ganze Jahr hinweg.