



Modernes Messe-Marketing: Mach 's mit Magie!

CeBIT 2005: Zauberer zog Kunden scharenweise an den Wilken-Stand

Die CeBIT ist ein Schlauch. Gehen, stehen bleiben, wieder weiter gehen. Der Messebesuch ist für die meisten kein reines Zuckerschlecken. Das Interesse für Neuheiten und Fachgespräche wird belastet durch zugige, trockene Luft, Drängelei und schwere Beine. Wer als Aussteller punkten will, muss sich was einfallen lassen. Das treibt zuweilen bizarre Blüten. Ein Konzept mit Pfiff ist dagegen Messezauberei. .

Plüschig-weich ist er und guckt aus Knopfaugen den CeBIT-Besuchern entgegen. Viele kommen und legen sich ihm in den Arm. Der Riesen-Pinguin Tux, plüsch-gewordenes Symbol für Linux-Kompetenz, machte seinen Job für den Ulmer Softwarehersteller Wilken wahrlich nicht schlecht. Ein Blickfang für den ganz auf Frühling ausgerichteten Stand in Halle 5. Doch er hatte keine Chance: Ein anderer mit noch größeren Knopfaugen stahl ihm die Show: Marc Gassert, ein blonder, groß gewachsener Zauberer, zog die Massen in seinen Bann. "Oh!", "Ah!", "Nein, ich glaub' s nicht!" - seine Shows machten den Wilken-Stand zum stündlichen Treff für Messebesucher, die sich gerne verzaubern lassen. Und wer kann dazu schon "Nein" sagen? Vor allem, wenn es sich um einen Magier handelt, der zu den fünf Besten in Deutschland gehört und jeden auf eine ganz sympathisch-fröhliche Art anspricht.

Messe-Konzept: Erst mal lachen, dann reden

"Wir haben mit Marc Gassert das große Los gezogen", ist sich Marketing-Leiter Wolfgang Grandjean sicher. "Er ist wie wir: Auf Augenhöhe mit unseren Kunden!" Und das bestätigen diese. Zum Beispiel Rolf Küppers von der Rheinland-Versicherung. Der langjährige Kunde hat 2004 mit Wilken-Hilfe auf Linux migriert. Der gerade einmal 28 Jahre alte Zauberer begeistert ihn: "Es ist nicht allein seine Show. Es ist dabei auch seine nette, offenerzige Art, die mir gefällt", sagt der Stamm-Kunde nach der exklusiven Vorstellung unmittelbar neben ihm im hinteren Teil des Wilken-Stands. "Beides gehört zusammen", erklärt der Marketing-Chef. "Vorne fischen wir mit der Zauberei aus der Masse. Im ruhigeren, hinteren Teil zeigt Marc Gassert ausgewählten Kunden mehr von seinem Können - dies exklusiv, live und hautnah." Das Vorgehen hat System. Die Marketing-Strategie: Zauberei befreit. Das Staunen über scheinbar Unmögliches lässt den Messe-Streß vergessen. Augen und Ohren sind gespitzt, wenn Marc Gassert die Menschen in eine andere Welt mitnimmt. Dann sind alle Sinne auf einmal wach, während der Zauberer die Sinne täuscht. Das Ende ist immer gleich: Staunen! Lachen! Der Mensch ist wieder offen für Neues: Das Fachgespräch hat wieder einen Nährboden. Perfekter Übergang für einen Business-Talk.

Spaß als Voraussetzung für gute Kommunikation

"Ich bin auch für das Stand-Personal wichtig", sagt der Magier über seine Rolle. "Ich verbreite professionell Freude. Daran können Vertriebler andocken." Messe-Zauberei ist für den Sympathieträger aus München zu einem seiner Steckenpferde geworden. Er hat schon viele Branchen verzaubert, in der Informationstechnologie allerdings hat er bislang erst wenige Kunden. Wilken nimmt hierbei eine Vorreiterrolle ein. "Spaß als Voraussetzung für gute Kommunikation ist ein wichtiger Teil unserer Unternehmensphilosophie", erklärt Marketing-Leiter Wolfgang Grandjean. "An der Arbeit Freude zu haben, ist gerade auf einer anstrengenden und langen Messe wie der CeBIT wichtig. Magie wirkt da für die Motivation der Mitarbeiter wie ein Zaubertrank."