

Pressespiegel

▶ FRANKFURTER ALLGEMEINE ZEITUNG / 22.01.2002 (S. B9)

Eine Frage des Geldes

Frankfurter Allgemeine
Zeitung, 22.01.2002

Messe-Budget: Rentable Investition oder pauschale Ausgabe?

Von Kim Hellmig

Messebeteiligungen sind teuer. Doch soll man sich als Aussteller damit zufriedengeben, daß das Budget nach der Messe bestenfalls aufgebraucht und nicht überschritten wurde? Kann es sich ein ausstellendes Unternehmen überhaupt noch leisten, die angefallenen Kosten anschließend nicht genau zu analysieren, sondern sich statt dessen gleich mit der nächsten Messebeteiligung zu beschäftigen?

Messeaussteller, die beide Fragen bejahen, sind nicht in der Lage, das Messe-Budget präzise zu kalkulieren. Sie können es höchstens grob abschätzen, da ausreichende Kosteninformationen aus vergangenen Messeauftritten kaum vorliegen. Die Messeverantwortlichen können somit auch nicht die einzelnen Budgetpositionen detailliert erläutern und begründen. Die Folge: Bereits im Vorfeld drohen der Messe pauschale Budgetkürzungen. Denn schließlich fehlen in der Realisationsphase die zur Ausgabensteuerung notwendige

gen Kontroll- und Steuerungsmöglichkeiten – so daß das festgelegte Budget häufig überschritten wird.

Budget-Controlling

Um zuverlässige Aussagen über die zu erwartenden Kosten einer Messebeteiligung treffen und die Kosten auch entsprechend steuern und beurteilen zu können, ist ein professionelles Budget-Controlling notwendig. Erst mit Hilfe eines solchen Instrumentariums wird es möglich, die erzielte Messe-Wirkung (den Output des Messeauftritts) den eingesetzten Ressourcen (dem Input zur Realisierung des Messeauftritts) struktu-

riert gegenüberzustellen. Zusammen mit den Ergebnissen einer detaillierten Messe-Wirkungs-Analyse wird somit die Grundlage geschaffen, eine Messebeteiligung ähnlich einer Investition unter dem Aspekt der Wirtschaftlichkeit zu betrachten und zu optimieren.

Der erste Schritt ist hierbei die Entwicklung der unternehmensindividuellen Budget-Struktur mit einer Einteilung in die jeweiligen wesentlichen Kostenblöcke, um die Messeausgaben transparent und innerhalb der entscheidungsrelevanten Bereiche des Messeauftritts vergleichbar zu machen. Danach ermöglicht eine gezielte Nachkalkulation vergangener Messeprojekte eine inhaltliche Überprüfung der einzelnen Budgetpositionen und eine fundierte Budgetplanung für zukünftige Messen. Dies gilt sowohl für den internen als auch den externen Vergleich zum Beispiel durch die Berücksichtigung branchenbezogener Kennzahlen.

Risiken minimieren

Damit das Budget eingehalten und optimal eingesetzt werden kann, ist anschließend nicht nur das gezielte Einholen und objektive Bewerten von Angeboten der jeweiligen Messelieferanten notwendig. Es muß darüber hinaus auch ein laufender Report über die Kosten bereits in Anspruch genommener Lieferungen und Leistungen erfolgen. Nur so ist der Messeverantwortliche trotz des Zeitdrucks während der Messenvorbereitungsphase in der Lage, den Überblick über bereits bezahlte sowie noch ausstehende Rechnungen zu behalten.

Sich bei der Einführung und Umsetzung eines solchen Budget-Controllings im Messebereich professionell unterstützen zu lassen, kann einem Unternehmen in der Regel eine Reihe von Vorteilen bieten. Zum Beispiel wird der Prozeß der Budget-Strukturierung und der Projektnachkalkulation durch die Erfahrung, die ein solcher Berater einbringt, oftmals erheblich beschleunigt. Außerdem läßt er Gesichtspunkte einfließen, die unternehmensintern eventuell gar nicht oder nicht ausreichend bedacht worden wären. So kann das Blickfeld des Projektteams entscheidend erweitert werden. Darüber hinaus bietet sich dem Aussteller die Möglichkeit, sich im Dialog mit anderen ausstellenden Unternehmen bezüglich Kostenstrukturen und Kennziffern auszutauschen. In Verhandlungen mit den ausführenden Messe-Dienstleistern kann es zudem die Verhandlungsposition des Aus-

stellers deutlich stärken, hierbei einen unabhängigen Berater einzubeziehen.

Zusammengefaßt wird durch dieses Instrumentarium das Risiko der Budgetüberschreitung durch die laufende Übersicht der anfallenden Kosten erheblich minimiert und die Kostenentwicklung im Messebereich für das unternehmenseigene Finanzwesen stichhaltig dokumentiert.

Nicht zuletzt ermöglicht ein professionelles Budget-Controlling dem Messeverantwortlichen, die Elemente der Messebeteiligung im einzelnen auf ihre Rentabilität hin zu überprüfen. Das ist die Voraussetzung für eine optimale Budgetierung, bei der die Ausgaben für einzelne Teile des Auftritts gezielt gestrichen, reduziert oder erhöht werden können, ohne hierbei beispielsweise Gefahr zu laufen, gerade in denjenigen Bereichen zu sparen, bei denen beim Messepublikum eine hohe Wirkung – etwa durch eine begleitende Messe-Wirkungs-Analyse ermittelt – erzielt wird. Letztlich liegt es jedoch stets am jeweiligen Unternehmen selbst, ob aus seinen Aufwendungen im Messebereich durch die Einführung eines solchen Budget-Controllings rentable Investitionen werden, oder ob es seine Messeauftritte weiterhin pauschal als anonyme, nicht steuerbare Ausgabenposten behandelt.



Frankfurter Allgemeine
ZEITUNG FÜR DEUTSCHLAND