

12-04 Kundenberatung: Messeauftritte Brevo

Datum & Uhrzeit: 2025-12-04 09:04:58

Kunde: Brevo

Überblick

Die Besprechung dreht sich um die Messeauftritte des Kunden Brevo, einem Anbieter einer All-in-One-Marketingplattform, für das kommende Jahr. Vertreten durch Lisa Reinhardt, plant Brevo Auftritte auf mehreren Messen, mit einem besonderen Fokus auf die **OMR** und die **Dmexco**. Die zentralen Herausforderungen sind die Steigerung der Effektivität der Messeauftritte, die Abhebung vom Hauptkonkurrenten **Clavio** und die Etablierung eines konsistenten, wiedererkennbaren Markenauftritts über alle Veranstaltungen hinweg. Bisherige Erfahrungen mit gemieteten Turnkey-Ständen waren ineffizient und wirtschaftlich unbefriedigend. Der Kunde sucht daher nach einem proaktiven Partner, der ein umfassendes, modulares und skalierbares Messekonzept entwickelt. Dieses soll nicht nur das Stanndesign umfassen, sondern auch kreative Ideen für die Aktivierung (Gamification, Lead-Generierung) beinhalten und eine klare Differenzierung der Strategien für die verschiedenen Messen ermöglichen. Modelle wie Mietkauf oder der Kauf eines eigenen Standes werden in Betracht gezogen, um den ROI zu maximieren und die Markenpräsenz zu stärken.

Hintergrund

Brevo hat sich von einem reinen Newsletter-System zu einer **All-in-One-Plattform** entwickelt, die CRM, Sales-Plattform, Customer Data Platform und Loyalty-Programme umfasst. Die Zielgruppe reicht von Freelancern bis zu **Enterprise-Kunden**, wobei der Fokus zunehmend auf dem Mid-Market- und Enterprise-Segment liegt. Für das kommende Jahr sind Auftritte auf fünf Messen geplant: **OMR (ca. 50 qm Eckstand)**, **Dmexco (32-50 qm Eckstand)**, **K5**, **E-Commerce Berlin Expo** und eine kleinere **Retouren-Messe (10-20 qm)**.

Bisher wurde mit dem Messebauer **Zenit** zusammengearbeitet, mit dem man zufrieden war, aber man ist offen für einen Wechsel, um einen moderneren und umfassenderen Ansatz zu verfolgen. Die bisherige Nutzung von Turnkey-Ständen erwies sich als ineffizient, insbesondere bei der OMR, wo der Stand schlecht platziert war. Das Budget für den reinen Standbau lag bei der letzten Dmexco bei ca. **30.000 €**.

Schmerzpunkte

- ****Wirtschaftlichkeit:****Die wiederholte Miete von Turnkey-Ständen für fünf Messen pro Jahr ist teurer als der Kauf eines eigenen, wiederverwendbaren Systems.
- ****Mangelnde Markenwiedererkennung:****Unterschiedliche Standdesigns auf den verschiedenen Messen verhindern einen einheitlichen Markenauftritt und schwächen die Markenidentität.
- ****Fehlende Differenzierung:****Ein Standard-Messeauftritt reicht nicht aus, um sich auf wettbewerbsintensiven Messen wie der OMR von der Konkurrenz (insb. **Clavio**) abzuheben und die gewünschte Zielgruppe (Enterprise-Kunden) effektiv anzusprechen.
- ****Ineffektive Lead-Generierung:****Der Kunde sucht nach einem Partner, der ****proaktiv Ideen für Gamification und Aktivierung (Lead-Magneten)**** einbringt, um mehr qualifizierten Traffic zu generieren und sich als innovativ zu positionieren.
- ****Flexibilität und Skalierbarkeit:****Die bisherige Mietstrategie bietet keine flexible Lösung, die sich an die stark variierenden Standgrößen (10 bis 50 qm) anpassen lässt.

Erwartungen

Der Kunde erwartet ein **flexibles, wirtschaftliches und umfassendes Messekonzept**, das einen starken und konsistenten Markenauftritt über alle Messen hinweg sicherstellt.

- ****Konzept & Strategie:****Es wird ein modulares Standdesign erwartet, das für große (50 qm) und kleine (10-20 qm) Stände skalierbar ist. Es soll eine klare strategische Unterscheidung zwischen dem eher sales-orientierten Auftritt auf der Dmexco und dem prestigeträchtigen, auf Markenbekanntheit ausgerichteten Auftritt auf der OMR geben. Für die OMR wird ein besonderer "Banger", eventuell ein **Doppelstock-Konzept**, geplant.
- ****Kreativität & Aktivierung:****Das Konzept muss kreative Ideen für die **Aktivierung und Lead-Generierung** beinhalten, die zur Marke passen und den "All-in-one"-Gedanken erlebbar machen.
- ****Partnerschaft & Service:****Der Kunde wünscht sich einen proaktiven Partner, der Verantwortung übernimmt (z.B. bei Formalitäten mit der Messe), neue Ideen einbringt ("challenged") und eine gute Erreichbarkeit sowie transparente Kommunikation gewährleistet.
- ****Budget & Modelle:****Das Budget für den reinen Standbau liegt bei ca. ****30.000 €**** pro Großmesse, mit Bereitschaft zu höheren Investitionen für ein herausragendes Konzept. Der Kunde ist offen für Modelle wie **Mietkauf oder den direkten Kauf** eines Standes, um langfristig Kosten zu senken.

Weitere wichtige Informationen

- Die Standhöhe soll **vier Meter** betragen, um eine gute Sichtbarkeit zu gewährleisten. Eine Abhängung (Würfel) für die Fernwirkung wurde bereits erfolgreich eingesetzt.
- Für die OMR wird ein **50 qm** Stand angestrebt, die Freigabe wird in Kürze erwartet. Der Dmexco-Stand (32 qm) soll an der bewährten Position platziert werden.
- Der Kunde ist offen dafür, beide Hauptmessen (OMR und Dmexco) über einen neuen Partner abzuwickeln, um alles aus einer Hand zu haben.

To-Do-Liste

- ☐ Ein Pitchdeck mit Case Studies und Leistungsübersicht an Lisa Reinhardt senden (erledigt).
- ☐ Auf das detaillierte Briefing von Lisa Reinhardt warten.
- ☐ Ein Konzept für OMR und Dmexco ausarbeiten, das ein modulares Standdesign, Aktivierungsideen und eine differenzierte Strategie beinhaltet.
- ☐ Ein Moodboard und erste Skizzen/Renderings erstellen, dabei die Idee eines Doppelstocks für die OMR berücksichtigen.
- ☐ Konkrete Ideen für Lead-Magneten und Aktivierungsmaßnahmen (z.B. Gamification) vorschlagen, die zum "All-in-one"-USP passen.
- ☐ Ein detailliertes Angebot für beide Messeprojekte erstellen, das verschiedene Modelle (Miete, Kauf, Mietkauf) und die Budgetvorstellungen berücksichtigt.
- ☐ Einen Folgetermin zur Präsentation des Konzepts vereinbaren.