



# Lernen von der IDS oder: die Messe als Faschingsball



| Reinhard Bröker



Ist Ihnen schon mal aufgefallen, dass auf der IDS der Erfolg zu Hause zu sein scheint? Alle Firmen, die dort sind, sind supererfolgreich, richtig gut drauf, widerstehen allen Klippen, verdienen gutes Geld, haben schon am ersten Messetag volle Auftragsbücher und schauen mit großem Optimismus in die Zukunft. Und die Besucher sind auch alle die, die zum richtigen Lager gehören, zum Lager der Top-Performer.

**B**loß Sie, Sie sind einer der ganz wenigen, der irgendwie nicht ins Bild passt, bei dem es so gerade „passt“. Weil Sie gerade alle Ihre Leute haben halten können und nicht noch mal draufgelegt haben im letzten Jahr.

Jedes Jahr überlegen Sie erneut, was Sie eigentlich auf der IDS sollen. Irgendwie deprimiert Sie die ganze Veranstaltung. Irgendwie geht das alles an der Wirklichkeit vorbei, denken Sie sich. Irgendwie ist das eine andere Dentalbranche. Und manchmal denken Sie: Bin ich noch normal, dass die IDS mir keinen Kick verpasst? Ich kann Ihnen versichern: Sie sind ganz normal. Die IDS ist ein großes Potemkinsches Dorf. Ein Faschingsumzug. Und die Top-Performer sind oft nur Top in der Darstellung eines nicht vorhandenen Erfolgs. Wie sollte es auch anders sein? Wir wissen, dass doch oft alles Fassade, notwendige Verkleidung ist, weil es vermutlich auch nicht richtig wäre, mit den eigenen Schwierigkeiten hausieren zu gehen und die Welt vollzujammern. Und Sie wollen ja auch nicht mit Verlierern zusammenarbeiten – drum tut eben jeder so, als wäre er fest installiert im Sattel des Erfolgs.

Auf Messen – und gerade auf der glitzernden IDS – ist diese geballte Fassade schwer zu durchschauen. Messestände, Messepersonal und -besucher befinden sich auf einer von Messebauern konstruierten Faschingswolke Sieben, die man in der Konstruktion der Messehal-

len schnell für die Wirklichkeit halten kann. Sie ist es nicht. Die IDS ist ein Kostümschminken mit Pappkameraden in Science-Fiction-Gestus. Und deswegen lohnt sich der Besuch der IDS umso mehr, wenn man die Fassade als Verkleidung zu akzeptieren bereit ist. Wenn man die Gesamtmesse als eine besondere Form eines zu spät veranstalteten Faschingsballs lesen lernt, bei dem es authentische, gute, lustige, dumme, falsche, schlechte und gar keine Verkleidungen gibt, dann kann die IDS richtig Spaß machen, interessant sein und noch dazu kann man dabei viel lernen für das eigene Labormarketing, für die eigene Kommunikation und die eigene Art und Weise mit Mitarbeitern und Kunden umzugehen. Im Folgenden möchte ich versuchen, einige der Faschingsmodelle als Kategorien des Marketings zu begreifen.

## Das Piratenschiff

Auf diesem Messestand geben sich die Teilnehmer als verwegene Burschen. Der Teamgeist nach innen ist so aufgesetzt und selbstbezogen, dass sie während der ganzen Messe faktisch nur unter sich bleiben. Interessierte Besucher, die sie am Messestand besuchen, werden entweder gar nicht beachtet oder rüde angeraunt, wer sie denn sind und was sie wollen und wieso sie sich in die Höhlen des Löwen trauen. Auf dem Messestand der Piraten stehen an mindestens einem der Cocktaillische mehrere Leute lauthals

vor Sekt- und Biergläsern und lachen sich über irgendwelche tatsächlich oder vermeintlich gekaperten fremden Schiffe kaputt. Wenn Sie nicht selber irgendwie zur Piratenclique dazugehören, haben Sie an diesem Stand keine Chance. Keine Beratung, keinen Kaffee, keinen Keks. Solche Firmen lohnen sich noch nicht mal für eine feindliche Übernahme.

## Der Kalifenpalast

Hier glitzert alles. Schöne Hostessen, prachtvolle Aufbauten, märchenhafte Beleuchtung. Hier hat jemand richtig Geld in die Hand genommen. Ähnlich wie auf dem Piratenschiff kommen Sie hier nur rein, wenn Sie Zugangskarten und zur Scheichfamilie Kontakt bekommen haben. Die Dame am Empfang hat Ihre Visitenkarte weder erfreut angenommen noch großartig weitergeleitet. Man lässt Sie vor der prächtigen Eingangshalle zum Palast warten, ohne Ende warten. Wenn Sie Glück haben, kommt ein Vertriebsmitarbeiter heraus, der sich gerade noch mit einer Serviette den Mund abwischt, und fragt nach Ihrer Kundennummer. Der Kalifenpalast gewährt manchmal den Durchblick auf Separees, wo wichtige Herrschaften neben palmwedelnden Damen auf Kissens ausgestreckt sind und sich Köstlichkeiten in den Mund schieben. Schön, wenn Sie jemandem aus dem Kalifat kennen. Dann können Sie sich dazulegen und sich freuen.