Messe setzt auf Service

The Tire Cologne | Das neu entwickelte Format „Walk of Services“ soll Publikum gezielt zu Ausstellern mit Kfz-Servicebezug führen. Damit will die Messe The Tire Cologne auch interessanter für neue Ausstellergruppen werden.

Foto: Koeln Messe

So ähnlich könnte der Walk of Services durch die Messehallen aussehen.

Die Reifenmesse The Tire Cologne (TTC), die im kommenden Jahr vom 9. bis 11. Juni stattfindet, will mit einem erweiterten Konzept das Thema Reifenservices stärker in den Fokus rücken. Mit dem neuen Format „Walk of Services“ reagiere man auf ein zunehmend spürbares Bedürfnis der Branche: „Die Reifenbranche befindet sich in einem dynamischen Wandel. Um in einem komplexer werdenden Marktumfeld bestehen zu können, sind fundiertes technisches Know-how, die richtige Werkstattausstattung aber auch eine funktionierende Softwarearchitektur unverzichtbar“, sagte Messechef Ingo Riedeberger im Rahmen der Konzeptpräsentation. Man befinde sich noch in einer frühen Konzeptionsphase, betonte ‚Riedeberger, die finale Gestaltung und das Design der Aktion seien noch nicht festgelegt. Bei der Entwicklung der Ideen habe man auch auf die Expertise von Unternehmen aus den Bereichen Werkstattausrüstung und Handel genutzt.

Im Reifenfachhandel wird das Thema Services rund um den Reifen und allgemeine Kfz-Services immer wichtiger. „Wir sehen eine zunehmende Fokussierung auf Dienstleistung rund um den Reifen, da wird heute das Geld verdient“, erklärte Riedeberger. Die Idee hinter dem Walk of Services: Messebesucher werden zu insgesamt fünf verschiedenen Themenfeldern „an die Hand genommen“ und gezielt zu relevanten Messeständen und Vorträgen bzw. zum Thema passenden Live-Vorführungen geführt.

Bedürfnisse der Besucher

Dabei können die einzelnen Stationen durchaus in unterschiedlichen Hallen lokalisiert sein. „Was bislang oft dezentral verteilt war, wird nun sichtbar und systematisch erlebbar gemacht: Die Bedürfnisse der Besucher entlang der gesamten Service Journey werden in den Mittelpunkt gestellt“, erklärt Riedberger das Konzept. Man wolle unbedingt vermeiden, dass Zweitflächen entstehen. Riedeberger: „Es wird keine Musterwerkstatt oder Ähnliches mit eigener Fläche geben, wir wollen dass das an den Ständen der teilnehmenden Firmen passiert!“ Man wünsche sich rund 100 teilnehmende Aussteller, die den Walk of Services an ihren Ständen bespielen. Bei der letzten Ausgabe der TTC im Juni vergangenen Jahres zählten die Veranstalter insgesamt 433 Aussteller in den drei Messehallen.

Konzept für Ausrüster

Derzeit sei man mit den Unternehmen im Gespräch. Erklärtes Ziel sei es, die Messe im Sinne der Besucher weiterzuentwickeln und thematisch zu erweitern. Dazu zählt laut Ingo Riedeberger auch der Wunsch, noch mehr Aussteller aus dem Bereich Werkstattausrüstung auf die Messe zu holen. Die Anbieter von Werkstatt-Equipment waren bisher eher schwach vertreten. Mit dem Teilegroßhändler LKQ Stahlgruber habe man einen namhaften neuen Aussteller bereits dazugewonnen.

Riedeberger erklärte auch, wie sich der Walk of Services praktisch vor Ort darstellen könnte: Geplant ist eine zentrale Info-Fläche im Messeboulevard, zusätzlich erhalten Besucher alle Infos zum Walk über die Messe-App. Die Messestände sind entsprechend ihrer Themenzuordnung farblich gekennzeichnet, die Besucher werden gezielt dorthin geführt.

Das Ganze soll zusätzlich eine spielerische Note erhalten: An den Ständen oder bei Live-Vorträgen sammeln die Besucher Coins, die anschließend in der Gastronomie eingelöst werden können. Außerdem winken am Ende tolle Preise. Mit dem „Jackpot-Motiv“ und er spielerischen Komponente wolle man nicht zuletzt auch gezielt das junge Publikum stärker ansprechen. Dietmar Winkler