



"... Herr Kolb ist jeden Cent wert!"

Maschinenringe Deutschland GmbH

Mehr qualifizierte Messekontakte

Messe-Infotainment

**Die Vertriebsbrücke! Mit Geld zurück Garantie!
Wie Ihre Messeshow entsteht!**

**Lassen Sie uns, ganz kurz, gemeinsam überprüfen,
ob der Nutzen einer Messeshow für Sie
überhaupt von Interesse ist!**

- **Aufmerksamkeit:** Erzeugung von positiver Aufmerksamkeit für Ihre Lösungen und Ihren Messestand. Ihr Messestand wird von vielen Messebesuchern wahrgenommen – dies erhöht Ihre Chance auf mehr qualifizierte Messekontakte.
- **Informationstransfer:** Die Messeshow verknüpft Ihre Firmenbotschaft mit den Bedürfnissen der Messebesucher. Das Infotainment positioniert Sie als Experte für... Das bedeutet für Sie, dass Ihre Botschaften in den Köpfen von mehr Interessenten verankert werden.
- **Brücke zum Vertrieb:** Die Show startet am Rand des Standes. Sie endet in der Mitte Ihres Messestandes. Dies überbrückt die Schwellenangst beim Erstkontakt. Und nach der Show übergeben Sie die Messebesucher an Ihre Mitarbeiter.

Sie steigern dadurch die Zahl der qualifizierten Fachgespräche und erhöhen die Chance auf neue Aufträge.

**Nur mal angenommen,
Sie wären an diesem Nutzen interessiert, dann könnte es sich
für Sie lohnen, einen Blick auf die tausendfach bewährte und
erprobte Messeshow zu werfen.**



*...We were extremely happy
with the way you
represented our business...*
GE Healthcare



Mehr qualifizierte Messekontakte

Geld zurück Garantie:.....	2
Anforderungen an ein Messe - Event, eine Messeshow aus der Studie der TU Chemnitz.....	3
Dramaturgie eines Messeinfotainments:.....	4
Erzeugung von Aufmerksamkeit für den Stand.....	6
Informationstransfer.....	7
Brücke zum Vertrieb.....	8
Wie entsteht die Messeshow für Sie?.....	9
Kalkulation.....	10
Referenzen.....	11
Messe-Infotainer Dipl.-Ing. Michael Kolb.....	12

Geld zurück Garantie:

Michael Kolb: „Wenn Ihnen meine Show keinen Nutzen bietet,
zahlen Sie keinen Cent.“



Ich komme zu Ihnen auf den Stand und Sorge dafür, dass Messebesucher an Ihrem Stand stehen bleiben. Dann kommuniziere ich den Gästen einen Überblick über Ihr Portfolio sowie die ausgewählten Details. Zum Schluss der Show setze ich mein ganzes Wissen, Know - How und Herzblut ein, damit die Besucher auf Ihren Stand kommen.

Wenn Sie, aus welchem Grund auch immer, zu der Überzeugung gelangen, dass das

Ergebnis meiner Shows, am ersten Tag bis 12.00 Uhr, Ihren Erwartungen nicht entspricht, können Sie mir um 12.00 Uhr des ersten Tages den Hut geben und mich nach Hause schicken. Die ersten Shows sind dann mein Geschenk an Sie.



*...You were very
successful in drawing
in the crowds and
promoting our...*

GE MEDICAL Systems



Anforderungen an ein Messe - Event eine Messeshow aus der Studie der TU Chemnitz.

2002 wurde im Rahmen einer Diplomarbeit der TU Chemnitz untersucht, welche Faktoren eine Messeshow erfüllen muss, damit sie einen Nutzen für das Unternehmen stiftet.

In dieser Diplomarbeit kristallisierte Frau Katja Kneisel die Anforderungen an ein wirksames Messeinfotainment heraus:

1. Die Erinnerungsfähigkeit an das Erlebte und die Aufmerksamkeit der Gäste für das Geschehen am Stand korreliert mit der Originalität und Differenzierbarkeit der Show von anderen Ereignissen.
2. Es muss eine enge Verbindung zwischen dem Inhalt der Show und dem Aussteller bzw. seinen Produkten entstehen.
3. Die Zentrale Botschaft muss im Mittelpunkt der Show stehen.
4. Das Infotainment muss sowohl die Besucher als auch die Mitarbeiter des Standes einbeziehen.

Ganz klar, der erste Punkt ist durch einen eye-catcher wie z.B. ein Bodypainting, eine Trommlergruppe oder ähnlichem zu erreichen. Doch bereits der zweite Punkt verlangt mehr als Lautstärke ...

Und der vierte Punkt enthält die wichtigste Anforderung an einen erfolgreichen Messeevent: Er muss eine Brücke schlagen zwischen Besucher und Mitarbeiter. Ich nenne das Vertriebsbrücke.

Auf Basis dieser Kriterien erweiterte ich bereits 2002 die Dramaturgie meiner Messeshows.

Insbesondere das von mir entwickelte Konzept der Vertriebsbrücke sorgt dafür, dass die Messebesucher den Messestand neugierig betreten und offen sind für das Gespräch mit Ihren Mitarbeitern.



... Ihre Show ist einsame
Spitze ...
Precitec ITM GmbH



Dramaturgie eines Messeinfotainments:

**Wie muss eine Messeshow gestaltet
sein, damit sie ihren Nutzen
für Sie entfalten kann?**

Betrachten wir dazu den Messebesucher. Oder noch besser, wie fühlen Sie sich als Messebesucher? Wie geht es Ihnen, wenn Sie die Tür zur Messehalle öffnen und betreten?

Wahrscheinlich nehmen Ihre Augen ein Kaleidoskop an Farben, Formen und fremden Menschen wahr. Ihre Nase empfängt den Dunst von Würstchen, Schweiß und verbrauchter Luft. Und wenn Sie Ihre Augen schließen würden, dann würde sich das eher nach Bahnhofshalle anhören, als nach konzentrierter Arbeitsatmosphäre.. Demgegenüber erfährt Ihr Geschmackssinn wenig anregende Überraschungen. Und sobald Sie etwas begreifen möchten, ist da meistens ein Schild: Bitte nicht berühren!

Messestände sind durch den Messebau oftmals nur visuell und auditiv ausgelegt.

Möglicherweise stimmen Sie mir allerdings darin zu, dass es noch wirksamer wäre, wenn sich der Besucher mit all seinen Sinnen dem Aussteller zuwendet. Dadurch ist es unwahrscheinlicher, dass der Besucher der Präsentation des Verkäufers zuschaut, während seine Hände mit dem Give Away des Wettbewerbers spielen und er das Parfum der Hostess genießt.

Daher ist es wichtig, dass ein Infotainment alle Sinne der Gäste aktiviert und einbindet.

Für das Design, die Dramaturgie der Messeshow ergibt sich daraus folgende Struktur:

Dramaturgie.

- Neugierde
- Aufmerksamkeit
- Entspannung/Sicherheit
- Aktivierung
- Lernen
- Handlung



... Durch Sie hat unser Stand an Professionalität gewonnen und zum Erfolg der Messe für STAHL CraneSystems geführt. ...



Zunächst muss die Gier, die Neugierde bei den Gästen irgendwie wach gekitzelt werden. Das kann ruhig ein bisschen irritierend sein. Die Besucher müssen einfach stehen bleiben und neugierig sein nach mehr...

Sobald die Aufmerksamkeit und das Interesse der Messebesucher gewonnen ist, bedarf es einen Moment der Entspannung, dem Gefühl von Sicherheit. Klar, denn bei Stress will unser Körper nur noch angreifen oder flüchten. Und gestresst ist der Messebesucher durch die Reizüberflutung sowie seine Angst etwas Wichtiges zu übersehen. Entspannung sowie das Gefühl von Sicherheit sind die Grundlagen, um den Besucher positiv aktivieren und einzubinden. Und diese Emotion ist die Voraussetzung für das Lernen von neuen und wichtigen Informationen.

Entspannung, wie erreicht man das im normalen Businesskontext? Eine kurzzeitige Entspannung erzielen Sie am Einfachsten durch den Atem.

Wenn man selbst zwei, dreimal tief in den Bauch atmet entspannt man sich selbst. Und diese Entspannung überträgt sich in drei Sekunden auf Ihr Gegenüber. Ganz automatisch. Jeder Schauspieler verwendet diese Technik.

Schuld daran, dass sich meine Handlungen und Emotionen auf mein Gegenüber übertragen sind spezielle Nervenzellen im Kopf. Fachleute sprechen von Spiegelneuronen. Dies fand die Forschergruppe um Prof. Rizzolatti aus Parma im Jahr 2001 heraus.

Diese Nervenzellen spiegeln die Handlungen und Emotionen unseres Gesprächspartners. D.h. im Kopf werden die für eine Handlung oder Emotion zuständigen Spiegelneuronen aktiv. Sie simulieren die Aktionen und Emotionen des Gesprächspartners.

Dadurch weiß ich intuitiv, wie es jemandem ungefähr geht. Mitgefühl entsteht so. Deshalb bringt es auch wenig, auf freundlich zu machen. Sie kennen sicherlich diese Kampfplächler. Unsere Nervenzellen, unsere Spiegelneuronen entlarven das Spiel.

Aktivierung und Einbindung der Besucher bei einem Messeevent bedeutet also, die authentische Ansprache der Bedürfnisse und Erfahrungswelten der Besucher. *Wie z.B.*

Stolz, Vergnügen, Profit und Frieden.

Dramaturgie.

- Neugierde
- Aufmerksamkeit
- Entspannung/Sicherheit
- Aktivierung
- Lernen
- Handlung



Klar, dass die konkrete Realisation der einzelnen Phasen einer Messeshow, von den zu kommunizierenden Informationen, der Zielgruppe und der Art der Messe abhängig ist.

**Wie sieht jetzt das Konzept der einzelnen Phasen aus?
Wie gelingt es, dass vorbei eilende Menschen am Stand
anhalten, stehen bleiben, zuhören und auf den Stand kommen?**

Das allgemeine Konzept für Ihre Messeshow

Ziel ist es, alle Sinne der Besucher positiv zu aktivieren und in das Geschehen einzubinden. Eine Verbindung zu Ihrem Produktnutzen zu knüpfen sowie eine Brücke zum Ihrem Vertrieb zu schlagen.

Erzeugung von Aufmerksamkeit für den Stand

Kleine freundliche Irritationen führen die Gäste aus ihrer Messetrance ... „keine Zeit, nur nichts verpassen, muss schnell weiter“, welchen Spruch kennen Sie? Kleine Irritationen machen neugierig und wecken die Aufmerksamkeit der Gäste für die nachfolgenden Informationen.

Dies geschieht u.a. durch folgende Maßnahmen:

Olfaktorische Präsenz:

Auf einem Wok werden z.B: zuckersüß gebrannte Mandeln oder Pralinen für die Gäste zubereitet. Es duftet herrlich durch die Halle.

Haptische Ansprache:

Die Gäste erhalten möglicherweise eine Mandeltüte, die mit Ihrer Werbebotschaft bedruckt ist. Je nach Möglichkeit werden auch Elemente der Produkte integriert oder das Produkt kurz vorgeführt. Dadurch wird ganz elegant das neue Produkt eingeführt. Die Besucher erleben es in der Praxis.

Geschmackliche Ansprache:

Die Gäste erhalten das Versprechen, dass die Mandeln oder die Pralinen oder das Eis nach der Show an sie verteilt werden.





... Durch Sie hat unser Stand an Professionalität gewonnen und zum Erfolg der Messe für STAHL CraneSystems geführt. ...

Jonglage mit einer Eisenstange - zu deren glockenhaftem Sound bereits erste Produktinformationen kommuniziert werden. Das Publikum bleibt stehen, staunt über die artistische Leistung und nimmt, beinahe im Nebenbei, erste Produktinformationen auf; weithin hörbar, man kommt und will wissen....

Optische Präsenz: Herr Kolb ist mit einem hellen Anzug oder einem hellen Hut bekleidet. Seriös, und doch eine auffällige Abweichung zum üblichen dunklen Anzug.

Zauberkunst: Irritiert, fasziniert und regt zum Mitdenken an. Zauberkunst ist hervorragend geeignet, um mit zwei/drei Menschen ins Gespräch zu kommen und daraus eine große, interessierte Menschenmenge aufzubauen.

Artistik: Viele bleiben einfach stehen, weil die Kunstfertigkeit der Zaubernummern oder der Jonglage eine willkommene Pause im Messealltag darstellen. Diese Unterhaltung könnte für sich stehen – ist aber gleichzeitig auch Eselsbrücke für die Informationen, so dass niemand Zeit verliert durch bloße Unterhaltung.

Informationstransfer

Jetzt werden Ihre Informationen unterhaltsam kommuniziert: Ein Überblick über Ihr Portfolio und z.B. der Nutzen einiger Produkte.

Das Ziel ist kein Vortrag im Sinne eines Produktmanagers, sondern Lust zu machen auf mehr. Nach dem Motto: Ja, darüber möchte ich jetzt am Stand mehr erfahren. Die Showmodule sind Eselsbrücken, um die Botschaften im Gedächtnis zu verankern - ähnlich einem Werbespot im Fernsehen. Mit dem großen Vorteil der persönlichen Interaktivität sowie der Aktivierung und Einbindung der Gäste.

Als Showmodule habe ich folgende Tools angedacht:

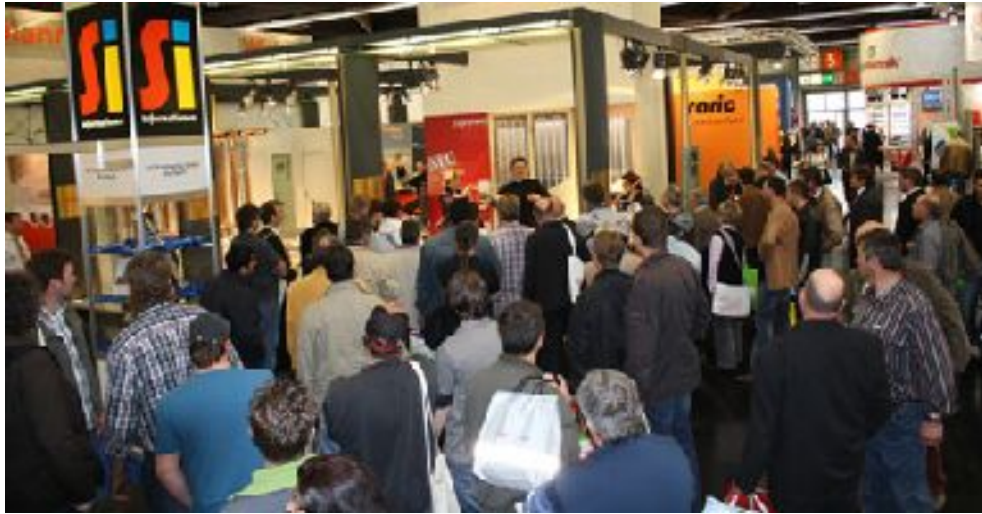
4 Asse: Bei einem vom Zuschauer gemischten Kartenspiel wandern alle Asse magisch nach oben. Eine herrliche Metapher, um die Asse eines Produktes zu erläutern.

4 Münzen: Ein magisches Spiel bei dem mehrere Münzen die Plätze wechseln und sich zum Schluss unter der Hand eines Zuschauers vermehren. Eine Metapher, um z.B. den geldwerten Nutzen Ihres Produktes einzuführen.

... Michael Kolb ist ein Top-Entertainer. Wir werden ihn auf alle Fälle wieder für die argitechnica 2011 buchen ...
Maschinenringe Deutschland GmbH



... Ihre Jonglier- und Zaubershow begeisterte die Teilnehmer und war so der perfekte Gesprächseinstieg für die Vertriebsmitarbeiter von MAN Roland und Fujifilm. ...



Ringspiel: 6 solide Eisenringe verketteten sich und bilden verschiedene geometrische Figuren, z.B. olympische Ringe, Weltkugel, ...

Diese magische Metapher eignet sich in besonderer Weise, um über ein Produktportfolio und deren Vorteile zu sprechen. Erfolgreich verwendet habe ich dieses Tool z.B. bereits für Medizintechnikprodukte, Reifenherstellung, IT Strukturen, Druckmaschinen...

Brücke zum Vertrieb

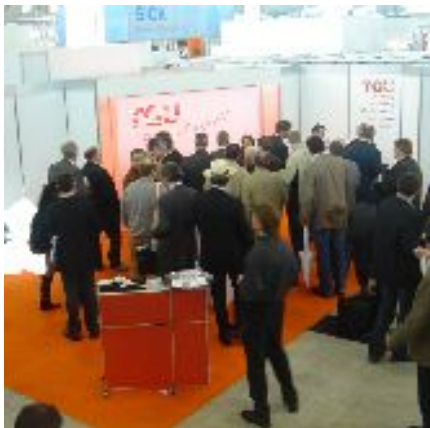
Sicherlich der wichtigste Punkt der Messeshow.

Die einfachste Methode ist eine kurze Produktvorführung. In welcher der Hauptnutzen des Produktes erläutert wird. Der Infotainer beginnt die Vorführung und übergibt das Wort an Ihre Vertriebsmitarbeiter.

Nach meiner Erfahrung folgen mir die daran Interessierten in das Innere des Standes, um der Vorführung beizuwohnen.

Falls Ihr Produkt nicht ausgestellt werden kann, eignet sich auch ein dreidimensionales Modell oder eine Papiermetapher, um den Besuchern im Standinneren Ihren Produktnutzen zu erläutern.

Nach meiner Erfahrung, betreten auch nahezu alle Zuschauer der Show den Messestand, wenn Sie mit einer persönlichen, freundlichen Geste dazu ermuntert werden. Eine solche Geste könnte ein kleines Give Away sein. z.B. eine leckere Praline, ein paar gebrannte Mandeln, ein Eis oder ein kleiner Becher Kaffee. Wichtig erscheint mir dabei immer, dass diese Dinge während der Moderation vom Moderator selbst zubereitet werden. Als Zeichen der Wertschätzung gegenüber dem Messebesucher.





Infotainment ist der Tropfen Honig, den man in das Herz der Messebesucher träufelt.

Wie entsteht die Messeshow für Sie?

... 6000 Besucher, die durch Ihre ansprechende Magie und Comedy-Show über unsere Dienstleistungen informiert wurden und bei einer Tasse Tee Zeit für Gespräche auf unserem Stand fanden. ...

GVT GmbH

Ihr kostenloses Vorgespräch

Als Messe-Infotainer bin ich Ihr Frontmann am Messestand.

Für viele Menschen werde ich der erste positive Kontakt zu Ihrer Firma sein. Daher möchte ich Sie vor der Zusammenarbeit, nach Möglichkeit, persönlich kennen lernen. Bei Ihnen im Büro oder auf Ihrem Messestand. Themen des Gesprächs sind:

- Wie sehen Ihre Erwartungen an die Messe Show aus?
- Sind bereits Randbedingungen vorgegeben?
- Wie sehen Ihre bisherigen Erfahrungen aus?

Ihr Messeshow Drehbuch

Der rote Faden, das Pflichtenheft ...

Basierend auf dem Briefing integriere ich Ihre wichtigen Informationen in die Messeshow. Das Drehbuch enthält die Zielsetzung, die Randbedingungen sowie die einzelnen Live-Marketing Module mit denen Ihre Botschaft kommuniziert wird. Und natürlich die Showtexte. Einfach jedes Detail der Show.

Nach aktuellen Ergebnissen des Neuromarketings werden mind. 80 % der Entscheidungen auf emotionaler Ebene getroffen. Insbesondere auch bei rein rationaler Denkweise der Kunden.

Daher beinhalten unsere Live-Marketing Messeshows zusätzlich zu Ihren fachlichen Informationen folgende Tools:

- Ansprache alle Sinne der Gäste
- Ansprache der Emotions- und Motivationssysteme der Besucher nach Dr. Häusler und Prof. Bauer
- Berücksichtigung der sieben psychologischen Prinzipien zur Aktivierung und Einbindung von Menschen nach Prof. Dr. Mikunda.

Sie erhalten das Drehbuch vor der Messe, um es zu kontrollieren. Dieser Schritt ist sehr wichtig, da Sie am Besten über Ihre Produkte und Kommunikationsrichtlinien Bescheid wissen.

Nach Ihrer Freigabe des Drehbuches, studiere ich die Show ein.

Die Präsentation der Messe Show!

Selbstverständlich schlage ich nach der Show die Brücke zu Ihren Mitarbeitern.

Geleite Interessenten, die sich an mich wenden, persönlich zum Infocounter oder einem Ihrer Mitarbeiter.

Während der Messe wird die Show permanent verfeinert. Ihre Rückmeldungen und die der Besucher kontinuierlich eingebaut.



Kalkulation

Ihre Messeshow:

- Erzeugung von Aufmerksamkeit für Ihren Stand
- Interesse wecken und mentale Aktivierung der Besucher
- Die Show positioniert Sie, als Experte für ...
- Brücke zum Vertrieb
- Geld zurück Garantie
- Platzbedarf auf Ihrem Messestand mindestens ein Quadratmeter.

Leistungen:

- Briefing
- Einarbeiten in Ihr Themengebiet und Ihre Zielsetzung
- Die Show besteht aus Moderation, Zauberkunst und Infotainment.
- Integration Ihres Nutzen in die Messeshow
- Integration von Informationen in drei Nummern der Show.
- Integration eines Überblicks über Ihr Produktportfolios in die Show.
- Anzahl der Shows pro Tag nach Absprache. in der Regel mind. 15 -20 Blöcke zu je ca 10 Minuten.
- Sämtliche benötigte Requisiten werden mitgebracht.
- Mehr qualifizierte Kontakte mit Geld zurück Garantie.

Für mehr Aufmerksamkeit: Eine drahtlose Mikrofonanlage!

Nach Möglichkeit, Anreise am Messévortag und Teilnahme am Messe Kick Off
Feinabstimmung der Show während der Messe

Das Honorar:

Gerne erstelle ich Ihnen ein konkretes Angebot.

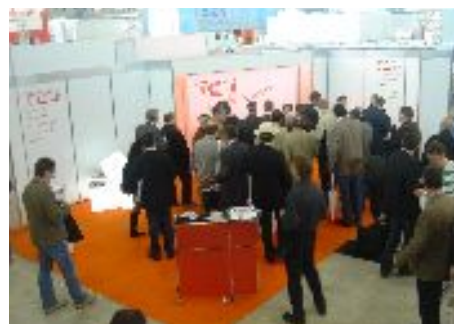


Showbeginn:

Erzeugung von Aufmerksamkeit
FachmesseCONTROL08



Informationstransfer



Brücke zum Vertrieb



Referenzen:

Messe Show für GE Healthcare



Dear Michael,

I would like to thank you very much for your hard work and enthusiasm that you showed at MEDICA. We were extremely happy with the way you represented our business. You were very successful in drawing in the crowds and promoting our oximetry products. We received a great response and very positive feedback.

I would like to say thank you on behalf of all our team and I have sent you a disc in the post today with the pictures on as I was unable to send them all through email as they were too big. I hope that you like the pictures.

Many thanks again

Kind regards
Sarah Barnacle

GE Healthcare Technologies

Messeshow für TQU Akademie GmbH

Referenz für Michael Kolb

Wir engagierten Herrn Michael Kolb für unseren Messestand auf der internationalen Fachmesse für Qualitätssicherung vom 09.-12. Mai in Sinsheim, als Messe-Infotainer.

Die in der Vorbesprechung festgelegten Ziele und Erwartungen wurden von Herrn Kolb *höchst professionell* auf dem Messestand, während seiner Infotainment Show umgesetzt.

Herr Kolb verstand es *hervorragend*, bei den Besuchern durch diverse Showelemente Aufmerksamkeit zu erregen und diese zu fesseln. Gleichzeitig informierte er über Produkte und Dienstleistungen und ging auf jeden Besucher individuell ein.

Wir bedanken uns auf diesem Wege nochmals, für die äußerst kompetente Show auf der Control 2006, die maßgeblich zu einem erfolgreichen Messeauftritt beigetragen hat und freuen uns bereits jetzt auf die weitere Zusammenarbeit mit Herrn Kolb!

Gudrun Jürß
Geschäftsleitung
TQU Akademie GmbH



Messe-Infotainer Dipl.-Ing. Michael Kolb



Vita von Dipl.-Ing. Michael Kolb

1969 Die Magie des Lebens beginnt ...

1996 Dipl.-Ing. für Elektrotechnik

seit 1996 Messe-Infotainer

seit 1994

Seminare zu den Themen Schauspiel, Körpersprache, Stimme, Zauberkunst, Rhetorik, NLP u.a. bei Akademie für darstellende Kunst Ulm, Roberto Giobbi, Juan Tamariz, Ivonne Racine, Galli Theater

Er ist verheiratet und hat drei Kinder.

Herausgeber des Messepower Podcasts und des Onlinejournals: Messebrief

Veranstalter der Messetagung Ulm

Dozent an der International University Karlsruhe

Ausgangspunkt und Kern meiner Arbeit ist der Mensch mit seinen Bedürfnissen und Ängsten.

- Welche Bedürfnisse hat ein Messebesucher?
- Was hindert ihn daran seine Bedürfnisse zu erfüllen?
- Warum übersieht er wertvolle Angebote?

Erst wenn eine Brücke zum Messebesucher besteht, kann ich Ihre Produkte, Ihre Diamanten in den Mittelpunkt stellen.

Der Messe-Infotainer **eröffnet das Gespräch, den Dialog** mit den Messebesuchern.

Der Messe-Infotainer **verführt die Gäste** zum Nach- und Mitdenken über Ihr Produkt und dessen Nutzen. Daher sind ein gutes Briefing und individuelle Showbestandteile wichtig.

Der Messe-Infotainer **baut die Brücke zu Ihrem Vertrieb**, wie ein guter Werbespot. Mit dem zusätzlichen Vorteil der persönlichen Interaktion mit dem Messebesucher. Diese Brücke zu nutzen, ist dann Aufgabe Ihrer Messemitarbeiter.

Seit 1996 ist mein Beruf Messe-Infotainer.

Mit einer in Deutschland einzigartigen Garantie und der Erfahrung von über 7000 Messepräsentationen. Davor beendete ich erfolgreich mein Studium zum Diplom-Ingenieur der Elektrotechnik. Viele Kunden, wie GE Healthcare, Siemens, SCA, Stahl Crane Systems, TQU, MAN Roland ... schätzen mein technisches Verständnis und das vorhandene Spezialwissen.

Ergänzt wurde das Studium, durch erfolgreiche Prüfungen in Betriebswirtschaft und Philosophie.