

branche aktuell**SCIENCE DATA SOFTWARE Hirschberg**

Mit einem Besuchermanagement-System auf höchstem technischem Standard wollen die Organisatoren der Bread & butter überzeugen. Die 'tradeshow for selected brands' findet vom 16. bis 18. Januar in Berlin statt. Einlass erhalten sollen zur Messe neben ausgewählten Medienvertretern und für Aussteller relevante, modeaffine Partner, nur nationale und internationale Einkäufer, die tatsächlich als potentielle Kunden der Aussteller in Frage kommen. Schließlich versteht sich die Messe als 'inner circle business meeting'. Als Partner für die Entwicklung des Konzeptes wählte das BBB-Management das Hirschberger IT-Unternehmen Science Data Software aus.

Schon seit der ersten Bread & butter in Köln kooperiert Inhaber Hans-Erich Kraft mit den Veranstaltern und verfügt aufgrund von über zwanzig jähriger Arbeit mit Datenmanagement-Systemen über umfassendes Praxis-Know-How. Rückgrat des Hightech-Besuchermanagements ist eine umfassende Datenbank, auf die sowohl über die messeeigene Software als auch über das Internet Informationen abgelegt bzw. selektiv gesteuert, abgerufen werden können. Die Erfassung von Besucherdaten erfolgt über zwei Wege. Einerseits ist es für den Besucher möglich, sich mittels einer speziellen Seite auf der Bread & butter-Internet-Homepage online zu akkreditieren. Die Berechtigung wird überprüft. Autorisierte Fachbesucher erhalten per Mail ein Passwort, mit dem es innerhalb einer Deadline möglich ist, Tickets schon vor Beginn der Veranstaltung zu bestellen. Sie wurden dann mit der Bread & butter Brand-Bible Anfang Januar zugesandt. Die zweite Möglichkeit bietet die klassische Akkreditierung an den Servicecountern für Registrierung am Messeingang, bei der die entsprechenden Nachweise zur Legitimierung eines Messebesuchs vorgelegt werden müssen. Anhand der eingeleseenen Daten erhält jeder Besucher eine Identitäts-Karte mit Barcode, der alle relevanten Informationen wie Name, Firma und Funktion enthält, die eine Zuordnung möglich machen. Beim Betreten und Verlassen des Messegeländes werden die Daten auf der ID-Card über mobile Erfassungsgeräte eingeleseenen. Somit können Besucherbewegungen konkret nachgehalten werden. Zur aktuellen Veranstaltung bietet die Bread & butter ihren Ausstellern über den Service-Partner Science Data Software die Möglichkeit an, Informationen über den Besuch auf dem eigenen Messestand zu erfassen. Die an der Aktion teilnehmenden Marken erhalten einen mit einer individuellen Nummer gekennzeichneten Handscanner, der die Besucherdaten auf der ID-Card liest. Am Ende jedes Tages werden die Daten des Handscanners in das Haupt-System übertragen. Am nächsten Morgen steht eine Liste mit den Namen der Standbesucher zur Verfügung. Dies macht eine umfassende Analyse der Messesfrequenz möglich und ist die Basis für eine spätere gezielte Nacharbeit durch den Vertrieb.



"Unser Besuchermanagementsystem stellt sicher, dass nur zugelassene Fachbesucher auf der Messe präsent sind. Gleichzeitig bieten wir den an der Bread & butter teilnehmenden Herstellern die Möglichkeit, ihren Messeauftritt noch effizienter zu gestalten, um etwa beim Ausbau des Kundenstamms schneller voranzukommen. Jedes Unternehmen kann unmittelbar nach der Veranstaltung alte wie neu gewonnene Geschäftskontakte analysieren und professionell pflegen. Diese Kontaktpflege ist der Nährboden zum Profit für Besucher wie Aussteller", so Science- Data-Chef Hans-Erich Kraft.