

## Die MEiM – Eine Erfolgsgeschichte

Entwicklung der Kongressmesse „MEiM – Mehr Erfolg im Mittelstand“  
von ihren Anfängen im Jahr 2001 bis heute

### Am Anfang war die Idee:

Zu Beginn des neuen Jahrtausends suchte ein junges Paderborner Systemhaus nach einer regional und auf den Mittelstand fokussierten Absatz- und Kommunikationsplattform, idealerweise eine Messe. Es fand – Nichts. Die großen Branchenmessen waren zu teuer, zu international und sprachen zu wenig den Mittelstand an. Und für eine Hausmesse war das gerade gegründete Unternehmen noch zu klein und unbedeutend.

Weil sich Unternehmer von solchen Hürden nicht schrecken lassen, riefen die Vorstände der Interconomy AG einfach ihr eigenes regionales Mittelstandstreffen ins Leben. Das Konzept: Eine branchenübergreifende Ausstellung, die parallel eine Reihe von hochwertigen Vorträgen anbietet, um die Entscheider aus der Region Ostwestfalen nach Paderborn zu locken.

### 2001 - 2003

Unter dem Namen „Mehr Erfolg im Mittelstand“ startete im Herbst 2001 die erste Veranstaltung mit etwa 10 Unternehmen und ca. 200 Besuchern. Das Konzept kam bei den ausstellenden Unternehmen und den Besuchern gut an und so wurde es bis 2003 in unveränderter Form noch dreimal wiederholt. Zuletzt wurden immerhin etwa 30 Aussteller gezählt, während die Besucherzahl bei 200 Entscheidern stagnierte.

### 2004

In diesem Jahr erkannten die Verantwortlichen der Interconomy AG, dass das Geschäftsfeld „Systemhaus und Softwareentwicklung“ für sie zukünftig nicht mehr tragfähig sein würde. Ein anderer Bereich, die „Spezialistenvermittlung“, dagegen schon. Allerdings werden insbesondere IT-Spezialisten eher bundesweit gesucht. Der regionale Markt verlor damit erheblich an Bedeutung und der Ressourcen-Einsatz für die Veranstaltung stand nicht mehr in einem angemessenen Verhältnis zum Nutzen. Folgerichtig sollte die Kongressmesse „Mehr Erfolg im Mittelstand“ abgesetzt werden.

In einem Gespräch erfuhr Frank van Koten, ehemaliger Kommilitone der Interconomy-Gründer und Partner der Paderborner Strategie- und Marketingberatung Grothus van Koten Mittelstandsmarketing davon. Als Aussteller der ersten Stunde, kannten er und sein Partner Till Grothus den Mittelstandskongress aus eigener Anschauung. Noch am selben Tag entschieden sie, das Konzept weiterzuführen.

Einige Überlegungen später wurde ihnen klar, dass es neben einer ausgeklügelten Vermarktungsstrategie einen weiteren Erfolgsfaktor gibt: Funktionierende, schlanke Prozesse mit entsprechender IT-Unterstützung. Das erforderliche Know-how holten sie sich mit dem Beratungsunternehmen Unger, Welsow & Company, ebenfalls aus Paderborn, ins Boot.

Die Interconomy AG und die neuen Initiatoren einigten sich auf eine transparente Übergabe und führten 2004 die MEiM zusammen durch. Knapp 40 teilnehmende Unternehmen und etwa 300 Besucher waren Zeugen der „Übergangsveranstaltung“.

#### **2005 – 2007**

Während das Jahr 2005 noch im Zeichen der Eingewöhnung als nunmehr alleinverantwortlicher Veranstalter stand, zeigte sich in 2006 und 2007 bereits der Ehrgeiz beider Unternehmen, die Kongressmesse wachsen zu lassen. Viele Neuerungen und die Erarbeitung einer Produkt- und Vermarktungsstrategie führten zu steigenden Aussteller- und Besucherzahlen. Das Akronym „MEiM“ wurde als zu etablierender Markenname in den Vordergrund gerückt.

#### **2006 – Die MEiM erstmals im HNF Heinz Nixdorf MuseumsForum Paderborn**

Rund 450 Entscheider nahmen 2005 an der MEiM im Congress Center der Fujitsu Siemens AG teil. Damit stießen die Veranstalter an die oberste Grenze der Auslastungsmöglichkeiten von Messefläche und Kongressräumen.

Da für die MEiM 2006 mit weiteren Aussteller- und Besucherzahlen zu rechnen war, mussten neue Räumlichkeiten gefunden werden. Das HNF Heinz Nixdorf MuseumsForum erwies sich schnell als geeigneter Veranstaltungsort.

Die neuen Gegebenheiten vor Ort und eine völlig neue Kostenstruktur stellten die Initiatoren vor neue Herausforderungen. Doch etwa 70 beteiligte Unternehmen und über 600 Besucher sorgten dafür, dass die Erwartungen deutlich übererfüllt wurden.

#### **2007 – Die „Rekord-MEiM“**

Mit der Resonanz auf die MEiM 2007 konnten die Veranstalter sehr zufrieden sein. Vor allem die Besucherzahlen überraschten positiv. Galt im Vorfeld noch die Schätzung von 850 Entscheidern, die wohl kommen würden, so musste diese Zahl im Nachhinein auf 1.100 Besucher revidiert werden.

Das Konzept unternehmensnahe Dienstleistungen aus unterschiedlichen Branchen zu präsentieren kommt also an. Produzierende Unternehmen haben ihre eigenen Branchenmessen. Ein IT-Dienstleister oder eine mittelständische Spedition hat dagegen kaum Möglichkeit sich auf einer adäquaten Veranstaltung zu präsentieren. Mit der MEiM wurde diese Lücke geschlossen.

Fazit: Hinter der MEiM, ursprünglich als Kommunikationsmaßnahme geplant, die primär die Bekanntheit und das Image der Initiatoren Grothus & van Koten Mittelstandsmarketing sowie Unger, Welsow & Company optimieren sollte, verbirgt sich offenbar eine Marktnische für ein erfolgreiches Geschäftsmodell.

### **2008 – Die MEiM jetzt auch in Bielefeld**

Konsequent gehen die Macher der MEiM nun die Verwirklichung des „neuen“ Geschäftsmodells an. Zum 01. Januar 2008 wurde nicht nur die Rechtsform in „MEiM GmbH“ geändert, sondern auch erstes Personal für Veranstaltungsmanagement eingestellt.

Wenn es funktionieren soll, muss das Konzept auch an anderen Standorten tragfähig sein. Gelegenheit den ersten Beweis für die Tragfähigkeit zu erbringen, hatte der neu hinzugekommene Standort Bielefeld am 23. April 2008.

Die Ausstellerzahlen übererfüllten wieder einmal die Erwartungen an den Standort Bielefeld. Mit 82 teilnehmenden Unternehmen war die MEiM in Bielefeld zu 115% ausgebucht. Auch die Zahl der Anmeldungen genügte dem Prädikat sehr gut: Etwa 1.000 Entscheider aus ganz OWL beegneten sich in der Stadthalle. Es war als hätte das Oberzentrum in OWL nur auf die MEiM gewartet.

Die MEiM in Paderborn etabliert sich ebenfalls immer mehr. Bereits zu Jahresbeginn sind ca. 80% der Standflächen verkauft. Noch bis drei Wochen vor Veranstaltungsbeginn kommen Anfragen zu Standflächen. Auch die Besucherzahlen beweisen, dass das Rekordjahr 2007 keine Eintagsfliege war. Die Veranstalter begrüßten über 1.200 Entscheider.

### **2009 – Die MEiM feiert Premiere in Dortmund**

In diesem Jahr ist die MEiM erstmals an drei Standorten vertreten. Neben Paderborn und Bielefeld kommt erstmals auch Dortmund hinzu. Dem Anspruch „Westfalens größte Kongressmesse für Entscheider zu sein“ wird die MEiM somit mehr als gerecht.

Obwohl die Psychologie der Wirtschaft der zu erwartenden Rezession vorausseilt, schafft die MEiM es in Bielefeld die Aussteller- und Besucherzahlen zu konsolidieren.

Die Vorbereitung für die MEiM in Dortmund liefen vielversprechend. Dank der Unterstützung maßgeblicher Institutionen, wie IHK, HWK, Wirtschaftsförderung, Unternehmerverbände sowie der Networker Westfalen e. V. ist die Premiere in der Ruhr-Metropole gelungen. Die MEiM GmbH empfing mit etwa 90 beteiligten Unternehmen über 1.300 Besucher.

### **2010 – 10 Jahre mehr Erfolg im Mittelstand**

Dieses Jahr ist es soweit: Die Kongressmesse „MEiM – Mehr Erfolg im Mittelstand“ wird mit der 10. Veranstaltung am 29. September in Paderborn 10 Jahre alt. Innerhalb dieser Zeit hat sich die Kongressmesse von einem regionalen Mittelstandstreffen zur größten Kongressmesse Westfalens entwi-

ckelt. Mittlerweile besuchen jedes Jahr fast 4.500 Entscheider die drei Standorte Paderborn, Bielefeld und Dortmund und informieren sich aus erster Hand bei über 250 Ausstellern und 150 Referenten.

Mittlerweile hat sich der einzigartige Mix aus Ambiente, hochwertigen Informationen und vielfältigen Unternehmensangeboten etabliert. Das gesamte MEiM-Team ist über diese Entwicklung glücklich und auch ein bisschen Stolz.

Nun steht also die 10. MEiM in Paderborn an. Etwa 1.600 Besucher werden im HNF Heinz Nixdorf Museumsforum erwartet und werden auf das bewährte Konzept stoßen: Viele interessante Aussteller gepaart mit informativen Vorträgen direkt von Experten und zum Abschluss eines erfolgreichen Messtags wird ein angenehmes Rahmenprogramm angeboten, das keine Wünsche offen lässt. Am Abend können die Entscheider während des Get-Together und einem Cocktail neue Kontakte knüpfen, bestehende Kontakte pflegen und weitere Geschäfte anbahnen.

#### **Ausblick**

2011 präsentiert sich die MEiM an den 3 bekannten Standorten :

6. April 2011 in der Stadthalle Bielefeld

20. Juli 2011 im Kongresszentrum der Westfalenhallen in Dortmund

28. September 2011 im Heinz Nixdorf MuseumsForum in Paderborn

### Die Mediadaten:

Wer immer ein Medium für die Unternehmenskommunikation einsetzen will, fragt nach Media-Daten. Hier sind sie:

#### Teilnehmende Unternehmen

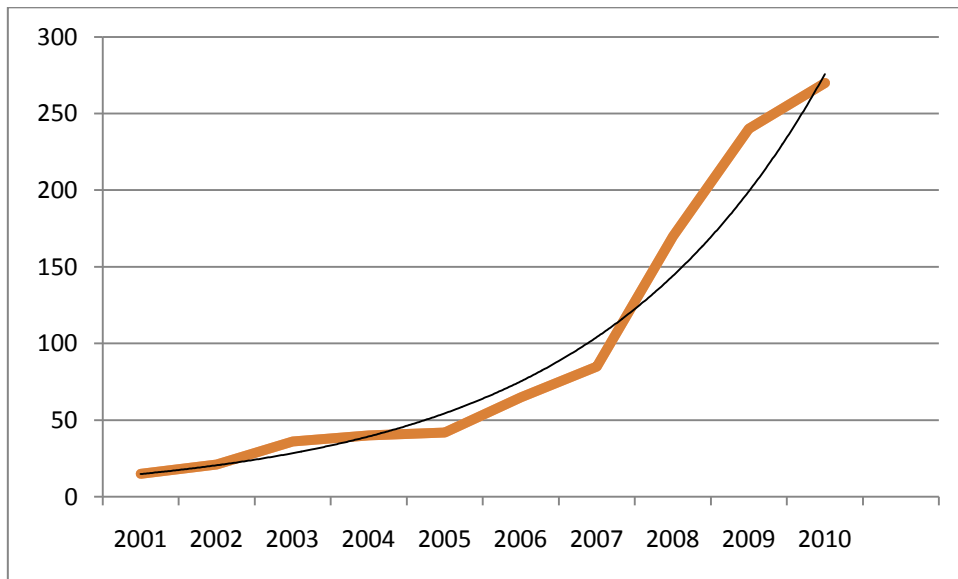


Abb. 1: Gesamt-Anzahl der Aussteller / Referenten in den Jahren 2001 - 2010

#### Besucher

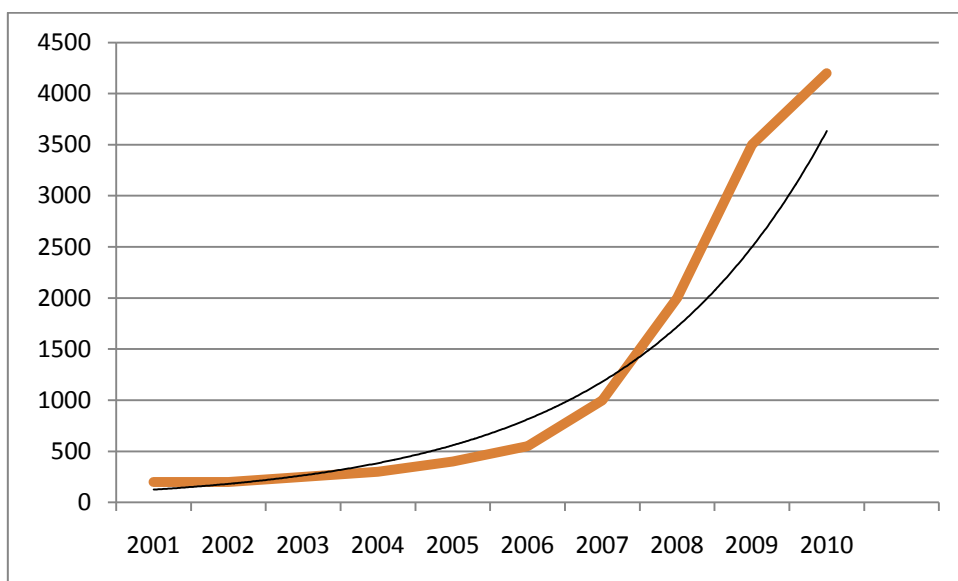


Abb. 2: Gesamt-Anzahl der Besucher in den Jahren 2001 - 2010

**Herkunft der MEiM-Besucher an allen 3 Standorten:**

Umkreis 30 km	Umkreis 100 km	national
45%	29%	26%

**Entscheider-Positionen der MEiM-Besucher im Unternehmen:**

1. Ebene*	2. Ebene**	3. Ebene***	4. Ebene****
48%	28%	17%	7%

\* Vorstand, Geschäftsführer, Inhaber

\*\* Bereichsleiter, Abteilungsleiter

\*\*\* Teamleiter, Projektmanager, Produktmanager, Berater

\*\*\*\* Sonstige