



„Weg von alles wie immer, hin zu mehr Mut und Machen“, lautet die Devise von Gerd Wutzler und seiner Hamburger 360-Grad-Messeagentur step one.



Perfekte Logistik: Der Standort in Quickborn bietet flexible und nachhaltige Produktions- und Umsetzungsmöglichkeiten mit hochmoderner Lager- und Produktionstechnik. Für die Mitarbeiter von step one stehen E-Bikes bereit.

FOTOS: MARTINA VAN KANN, STEP ONE

MESSE NEU DENKEN

Die 360-Grad-Messeagentur **STEP ONE** unterstützt Unternehmen dabei, ihre Messeauftritte optimal zu gestalten und zu nutzen – nachhaltig, ganzheitlich und effizient. Kunden werden ermutigt, auch mal ungewohnte Wege zu gehen.

Text: **Nina Schwarz**

Die Messe kommt mit der Faust durch die Wand. Kraftvoll, trefend und mit jeder Menge Power. Eine ungewöhnliche Symbolik, die sehr gut passt. Das Bild stammt aus einem Vortrag von Gerd Wutzler, den er unter anderem im Business Club Hamburg halten wird (siehe Event-Tipp). Der Hamburger Geschäftsführer und Gesellschafter ist seit mehr als 30 Jahren in der Messebranche aktiv und leitet heute zwei Unternehmen unter einem Dach: die 360-Grad-Messeagentur „step one“ und die Messebaufirma „die messemacher“. Gemeinsam mit rund 50 Mitarbeitern unterstützt er große und kleine Unternehmen dabei, die Möglichkeiten einer Messe optimal auszuschöpfen und für sich zu nutzen. „Wir sind weder eine Werbeagentur noch ein klassischer Messebauer“, erklärt er. „Wir sind die Schnittstelle, die alles um die Messe herum macht – mit viel Kommunikation, viel Dialog.“ Das Credo der Agentur: Bei step one bekommt der Kunde alles aus einer Hand – vom Marken- bis zum Messeauftritt.

Gerd Wutzler, groß, mit dunkler Brille und intensivem Blick, empfängt Besuch im Königlichen Proviantamt in Bahrenfeld. Weißer Backstein, hölzerne Dachbalken, kombiniert mit der Agenturfarbe Sonnengelb, verleihen den Büroräumen in dem denkmalgeschützten Gebäude eine helle und freundliche Atmosphäre. Wutzler mag die Symbolik der Balken. Sie verkörpern für ihn Bodenständigkeit, Standhaftigkeit und die ihm eigene „Hands-on-Mentalität“. Dann beginnt er zu erzählen – lebendig und anschaulich, mit zahlreichen Beispielen. Davon, dass sein Job viel mit Beratung und Überzeugung zu tun habe. Dass es im ersten Schritt darum ginge, beim Kunden das Bewusstsein zu wecken, wie wertvoll eine Messe eigentlich ist. Und dass er den Kunden zum Fan machen möchte. So wie er selbst seit Jahren ein Fan der Messe ist. Seine Begeisterung erwachte im Studium, als er sein Geld noch als Messebauer verdiente – und sie ist bis heute geblieben. Anderen diese Begeisterung zu vermitteln, ist eine von Wutzlers leichtesten Übungen.

Im echten Leben zerschlägt step one natürlich keine Wände. Dafür überholte Unternehmensstrukturen, alte Arbeitsweisen, eingefahrene Denkmuster. Denn: step one denkt Messe anders. Kunden werden auch mal von ungewöhnlichen Ratschlägen überrascht. „Wir handeln nach dem Motto: Weniger ist oft mehr“, sagt Wutzler. Sein häufigster Tipp: „Investiere an der einen Stelle weniger, dafür woanders gezielter und nachhaltiger. Und lasse auch mal Dinge weg.“ Dieses Konzept funktioniert im B2B-Bereich sehr gut. Apropos Nachhaltigkeit. Sie liegt Wutzler besonders am Herzen. Wo es nur geht, kämpft der Messe- und Kommunikationsexperte für eine sinnvolle Nutzung von Ressourcen wie Zeit, Möglichkeiten und Budget. Neben der sozialen und ökologischen Nachhaltigkeit stehen bei step one Pro-

zess- und Markennachhaltigkeit im Zentrum. Wutzler sagt: „Man kann auch kleine und mittelständische Unternehmen zu Marken machen. Unter anderem durch effiziente Nutzung von Messeauftritten und ganzheitlichen Konzepten.“

Die Botschaft von step one ist klar: Die Messe hat Kraft – heute, in der digitalen Welt, mehr denn je. Dies lässt sich auch mit Zahlen belegen: Im Marketing-Mix von Unternehmen steht die Messe oben auf Platz zwei. Jährlich geben deutsche Unternehmen rund 280 000 Euro für durchschnittlich zehn Messen pro Jahr aus. Hinzu kommt, dass Deutschland weltweit Messe-

standort Nummer eins ist. Zwei Drittel der international wichtigsten Messen finden hier statt. Doch das Business hat sich verändert. Vielen Unternehmen fällt es schwer, sich an die neuen Gegebenheiten – den Wandel der Kommunikationswege, die fortschreitende Digitalisierung, die ständige

Dialogfähigkeit – anzupassen. Und genau da setzen Wutzler und sein Team an. „Wir implementieren die Arbeitswelt der Kommunikation in die neuen Tatsachen“, sagt er. „Das ist nicht schlimm, das tut nicht weh – und das muss auch nicht teuer sein.“ Grundlage für seine Arbeit ist die Einsicht, dass eine Messe keine abgeschlossene Maßnahme ist. Ganz nach dem Motto: „Eine gute Messe dauert drei Tage, eine erfolgreiche ein Jahr“, erarbeitet step one für die Kunden ein ganzheitliches Kommunikationskonzept rund um das Herzstück Messe. Das Erfolgsgeheimnis verbirgt sich dabei hinter einem Kürzel: MLPO – Messe-Lead-Prozess-Optimierung. Bedeutet konkret: die Leads, also die Kontakte, gezielt zu bespielen – vor, während und nach der Messe. Egal, ob live, digital oder analog. „Das funktioniert nur, wenn alle Bereiche – Marketing, Vertrieb, IT, Geschäftsführung – zusammenarbeiten“, sagt der Experte.

Seit 19 Jahren schafft es Gerd Wutzler nun schon, mit seinen Unternehmen und seiner Leidenschaft Kunden, die er stets als Partner ansieht, davon zu überzeugen, Messe neu zu denken und zu organisieren. Dass er gut gearbeitet hat, erkennt er an einem sicheren Zeichen: „Wenn der Kunde mit einem Strahlen in den Augen zu uns kommt und sich darauf freut, dass es nun endlich bald wieder losgeht mit der Messe.“

KONTAKT

step one GmbH
Bahrenfelder Chaussee 49, Haus B
22761 Hamburg
Tel: 040 85 50 66-0
info@stepone-hamburg.de
www.stepone-hamburg.de

EVENT TIPP

DIE KRAFT DER MESSE – KNACKIGE 60 MINUTEN KNOW-HOW FÜR SIE!

Gerd Wutzler erläutert in seinem Impulsvortrag den Wert und das Erfolgsgeheimnis erfolgreicher Messeauftritte. Im Fokus steht die Bedeutung von „Dialog“ – ob analog auf der Messe oder digital in der Vor- und Nachbereitung durch einen effizienten Lead-Prozess. Einige Blickwechsel für Entscheider runden das Programm ab.

Dienstag, 27. August 2019 · 19 Uhr
Business Club Hamburg
Elbchaussee 43 · 22765 Hamburg
Anmeldung unter: www.bch.de