

Wie wird der Messe-Small-Talk zum Netzwerkkontakt?

Small-Talk bietet weitaus mehr als nur ein „oberflächliches Gespräch“. Er ist nämlich das Entrée in einen interessanten Dialog – gerade auch im Rahmen von Messen.

Erstmal aufwärmen

Das „kleine Gespräch“ dient dem Warm-up. Sicherlich wäre es für den eingeladenen Messebesucher irritierend, wenn er sofort mit geschäftlichen Detailfragen begrüßt würde: „Guten Tag Herr Nett, den zweiten Satz Ihrer Maschinenanfrage müssen Sie uns mal kurz erklären.“ Schöner ist es, sich erst einmal „aufzuwärmen“ und eine angenehme Atmosphäre zu schaffen. Schließlich ist besagter Herr Nett ein Gast am Messestand – der mit beschriebener Begrüßung ja fast schon „überfallen“ würde. Angebrachter erscheint zunächst ein „leichtes“ Gespräch, das den Besucher auf die folgenden „harten Fakten“ emotional einstimmt.

Geeignete Themen

Für den Small-Talk eignen sich besonders solche Themen, die positiv besetzt sind und Unkompliziertheit ausdrücken. Bei der Auswahl dieser Themen ist die jeweilige Situation zu berücksichtigen. Aber auch beim Gesprächspartner selbst könnte angesetzt werden. Denkbar wären Dialoge über die Veranstaltung, die Organisation oder über die Anreise. Viele reden gerne über das Wetter. Das kann auf Dauer langweilig werden, wenn es beim Dialog über das Wetter bleibt. Aus diesem Grund ist es empfehlenswert, Assoziationsketten zu bilden. Dadurch lässt sich ein Gespräch weiterführen, ohne dass es allzu eintönig wird. Zum Beispiel kann vom Wet-

ter über den Sonnenschein auf das „Outdoor-Hobby“ des Gesprächspartners übergeleitet werden. Generell ist es für Aussteller ratsam, sich über das aktuelle Zeitgeschehen auf dem Laufenden zu halten. Die Medien bieten vielerlei Möglichkeiten, um sich über aktuell angesagte Dinge zu informieren. Vor allem der Panorama-Teil einer Zeitung ist eine interessante Quelle für den Small-Talk. Aber aufgepasst: Bestimmte Themen sind nicht „Small-Talk“-fähig. Krankheit, Religion, Politik oder auch Kritik an Anwesenden sollten vermieden werden.

Neugier am Gegenüber

Interesse an der Person oder der Firma des Gesprächspartners ist eine der wichtigsten Voraussetzungen, damit der Small-Talk funktioniert. Eine gewisse „Neugier“ auf den Messebesucher kann die Basis für tiefgehende Geschäftskontakte werden. Erwarten Aussteller ganz bestimmte Personen am Stand, sollten sie sich gründlich vorbereiten. Die individuellen Interessen lassen sich im Vorfeld zum Beispiel durch eine persönliche frühzeitige Kontaktaufnahme beim (potenziellen) Kunden erfahren – einhergehend mit einer Einladung zum Messestand. Zum anderen lohnt sich der Besuch der Webseite des avisierten Geschäftspartners. Beim Lesen etwaiger, von ihm verfasster Fachartikel finden sich möglicherweise ebenfalls Ansatzpunkte für das „kleine Gespräch“.

Verhalten auf Abendevents

Viele Aussteller freuen sich, wenn sie im Rahmen der Messe auf ein abendliches Event eingeladen werden. Rückt aber der Zeitpunkt näher, kann es passieren, dass sich ein mulmiges



Expertin:
Karin H. Schleines
Unternehmens-
beraterin / Trainerin
Wiesbaden
Kontakt:
info@schleines.de

Gefühl breit macht. Das passiert meist dann, wenn der Eingeladene glaubt, außer dem Veranstalter nur wenige Gäste zu kennen. Auch hier ist Small-Talk bei der Kontaktaufnahme hilfreich. Beim Betreten der Veranstaltungsorte sollte zunächst Blickkontakt gesucht werden. Vielleicht gibt es ja doch jemanden, der einem bekannt ist – oder der sogar Gesprächsbereitschaft signalisiert. Und wer beim Abendevent an eine ganz bestimmte Person heran kommen möchte, sollte den Veranstalter bitten, einen Kontakt herzustellen.

Gespräch beenden

Wer ein Gespräch beenden möchte, um Ausschau nach einer anderen Person zu halten, sollte zwei Dinge beherzigen: Erstens darf er nicht unhöflich sein und den aktuellen Gesprächspartner allein am Stehtisch zurücklassen. Eine elegante „Ausstiegsmöglichkeit“ wäre das Bekanntmachen mit einer anderen Person. Und zweitens ist ein Dankeschön für das Gespräch mit einem positiven Ausblick (etwa auf den nächsten Messetag) immer ein guter Abschluss.

Der Beitrag enthält Inhalte aus dem eintägigen Seminar „Networking für Messe-Manager“ von Karin H. Schleines – das zum Programm der Akademie Messe Frankfurt gehört. Nächster Termin ist am 25. Mai 2009.

www.akademie.messefrankfurt.com

akademie

Space for Inspiration...

www.profair.de

Event proFair

How does trade fair small talk result in good contacts?

Small talk is a great deal more than just superficial chit-chat. It can smooth the path towards an interesting exchange – particularly at trade fairs.

Starting with a warm-up

An opening chat is like a good warm-up before exercise. Nobody invited to a trade fair stand wants to be immediately assailed with detailed business-related questions: “Good morning, Mr Smith. Could you expand on the second sentence of your inquiry about machinery for us please?” It’s better to warm up a little in order to create a good atmosphere. After all, Mr Smith is a guest at the stand – and that kind of greeting is more of a mugging than a welcome. Some light conversation is more appropriate to start with to put your visitor in the right frame of mind before you get down to hard facts.

Suitable subjects

Straightforward subjects with positive associations are best when it comes to small talk. You should also take into account the particular situation you are in when choosing a subject. One option is to focus on the person you are talking to. You might talk about the event or its organisation or ask about the person’s journey. A lot of people like to talk about the weather. Things can get a bit dull if you get stuck on the weather, and that’s why it’s a good idea to form chains of associations. These allow you to develop a conversation and prevent it from becoming too monotonous. For example, a discussion of the weather might lead to what the person you are talking likes to do when the sun is shining, for example. It’s advisable for exhibitors to keep themselves informed about what’s going on in the world. The various media offer plenty of ways of keeping up with what people are currently talking about.

Expert:

Karin H. Schleines
Management Consultant / Trainer
Wiesbaden

Contact: info@schleines.de

Newspapers can be a good source of interesting material for small talk. But watch out: some subjects are just not suitable. Illness, religion, politics and criticism of anyone in attendance should be avoided.

Taking an interest in who you are talking to

One of the most important prerequisites for good small talk is an interest in who you are talking to or in that person’s company. A cer-



Paperworld 2009: Erst nach dem Aufwärmen gewinnen Messegespräche an Fahrt.

Paperworld 2009: Talks only gather steam after a warm-up.

tain curiosity about the visitor to your stand can be a good foundation on which to build fruitful business contacts. If you know exactly who is coming to the stand, you should prepare yourself thoroughly. You can find out about a prospect’s interests, for example, by making contact personally well in advance of the event – and inviting them to your stand at the trade fair at the same time. It is also

worthwhile to visit the company’s website. If you find any articles written by the person you are going to talk to, you may find they contain material that helps you start up a good conversation.

How to handle evening events

Many exhibitors are pleased when they are invited to an evening event as part of a trade fair programme. Yet as the event approaches, some people start to have misgivings or feel anxious about it. This generally happens when they think they won’t know anyone there except for the organiser. Here, too, small talk is a helpful means of making contact with people. When you enter the event venue, you should start looking for eye contact. Perhaps there is someone there who you know after all – or someone who is giving off signals indicating that they are looking for someone to talk to. If you are keen to meet a particular person at an evening event, you should ask the organiser to introduce you. That’s the easiest and most effective thing to do, and it usually works very well. The organiser will either know the person concerned or will know of someone else who will be able to introduce you.

Concluding a conversation

Of course, exhibitors cannot avoid also coming across people who are not important to them in a business sense. But even these people may have an extensive network of contacts and can have a multiplier effect. If you want to bring a conversation to a close in order to move on to someone else, you should bear two things in mind: Firstly, you should never be impolite, and you should never leave the person you have been talking to just standing there. An elegant way to extricate yourself is to introduce the person to someone else. Secondly, thanking the person for the conversation and looking forward in a positive manner (regarding the next day of the trade fair perhaps) is always a good way to finish off.

This article includes content from the one-day seminar on networking for trade fair managers run by Karin H. Schleines for the Akademie Messe Frankfurt. The next seminar will be held on 25 May 2009.

www.akademie.messefrankfurt.com

akademie