

Frankfurter Allgemeine

Messestände zum Zusammenfalten

Expo Display profitiert von kleineren Messeauftritten / 20 Millionen Euro Umsatz

jch. SCHWALBACH (bei Frankfurt), 17. Januar. Mit den Metallstäben, die in der Ecke seines Büros stehen, fing alles an. Peter Mörmann faltet das Bündel der miteinander verbundenen Stäbe auseinander, richtet sie auf und baut damit eine ihn überragende Metallnetzwerk auf. Ein paar Handgriffe später trennt die Wand seinen Schreibtisch von der Sitzgruppe in dem Raum. Über das Metallgestell müsste er nur noch ein großes Plakat ziehen, schon könnte die Wand auf einem Messestand stehen. Damit zeigt Mörmann auch gleich das Geschäftsprinzip der Expo Display Service, dessen Deutschland-Geschäftsführer er ist: Die Messesysteme, die das Unternehmen herstellt, lassen sich leicht aufbauen.

Das Unternehmen, dessen Zentrale in Schwalbach in der Nähe von Frankfurt liegt, produziert mobile Präsentationsstände, liefert sie, holt sie ab und lagert sie zwischendurch. „Wir haben den ganzen Prozess im Griff“, meint der 47 Jahre alte Mörmann. Sie versuchen, den gesamten Messeauftritt ihrer Kunden zu organisieren – mit einer Einschränkung: Die Stände sind hauptsächlich in einer Größe von bis zu 50 Quadratmetern. Für größere Präsentationsflächen werden konventionelle Stände genutzt, die auf die Corporate Identity des Unternehmens und die Messe ausgerichtet sind. Expo Display Service bietet mobile Messe- und Präsentationssysteme in Deutschland an und betreut 10 000 Kunden.

Das Geschäft mit Messeständen schwankt mit dem Messengeschäft. Daher sank durch die jüngste Wirtschaftskrise der Umsatz von Expo Display in Deutschland. Das bereitet Geschäftsführer Mörmann jedoch keine schlaflosen Nächte – er glaubt an die Messen: Abgesagt würde keine Veranstaltung. Der Trend gehe zu kleineren Ständen, was den Markt für mobile Systeme eher vergrößert. Ganz auf

Messen könne fast niemand verzichten. „Man kann nicht einfach telefonisch Investitionen tätigen“, sagt Mörmann. „Die Geschäfte machen noch immer die Menschen.“ Und auf Messen treffe man eben Entscheider ohne Streuverluste.

Ein ähnliches Bündel Metallstäbe, wie es heute Geschäftsführer Mörmann eigentlich nur noch aus nostalgischen Gründen in seinem Büro lagert, hat Peter Petersen vor 30 Jahren in einem Grafiklabor in den Vereinigten Staaten entdeckt. Er war fasziniert von dem Prinzip des schnellen Auf- und Abbaus, wurde

sollte man immer erreichen“, sagt Mörmann. Expo Display ist an 15 Standorten vertreten, hat 50 Mitarbeiter und 250 Servicepartner. Im Jahr liefert das Unternehmen 3000 Ausstellungssysteme.

Die anfangs in Amerika entdeckte Messewand ist inzwischen verbessert und um Magnethalterungen ergänzt. „Aber das Prinzip bleibt immer gleich“, sagt Mörmann, der seit 2005 Deutschland-Geschäftsführer ist. 1992 begann er, nebenberuflich Messesysteme der Expo Display zu vertreiben, betreute dann ein Verkaufsgebiet im Baden-Württemberg und wurde später Key Account Manager für Deutschland.

Im Schauraum der Zentrale geht Mörmann die unterschiedlichen Stände mit Logos der verschiedensten Firmen ab und nennt die Namen der Modelle, im Lager zeigt der Geschäftsführer auf ein Auto, einen Kombi, den zwei Verkäufer gerade zu Testzwecken bis oben mit Messeausrüstungen füllen, aus dem sich leicht ein 20-Quadratmeter-Stand bauen lassen soll. Es ist ein kleines, simples Prinzip, das Expo Display zu Geld gemacht hat: Alle

Standteile müssen faltbar und damit kleiner werden können. Das senkt die Transportkosten und macht es möglich, dass jedermann die Stände aufbauen kann (Prinzip Ikea).

Seit 2007 gehört die Expo Display nicht mehr dem Firmengründer Peter Petersen, sondern zur indischen Insta-Gruppe, die 2003 gegründet wurde, konventionelle Messestände in Asien baut und zuvor Expo-Handelspartner war. Die Inder wollen mit der Übernahme expandieren und haben inzwischen auch einen amerikanischen Messebauer gekauft. „Das große Ziel ist, mit der Muttergesellschaft ein weltumspannendes Netz aufzubauen“, sagt Mörmann, der zuvor überlegt hatte, das Unternehmen mit einem niederländischen Kollegen selbst zu übernehmen.



Leicht aufzubauen: Peter Mörmann mit seinem Gerüst

Foto Michael Kretzer

kurzerhand Generalimporteur für Deutschland und gründete das Unternehmen Expo Display. Das neue System verkaufte er bundesweit, doch bald wünschten sich seine Kunden andere und komplexere Stände wie die Erweiterung mit einem Regal, das er aus Amerika nicht erhielt. Also entwickelte er ein mobiles Messesystem, passte es hiesigen Wünschen an, löste sich von dem amerikanischen Unternehmen und produzierte es selbst.

Mittlerweile setzt die Expo-Gruppe in Europa 20 Millionen Euro im Jahr um, wovon im Jahr 2009 rund 9 Millionen Euro auf das Deutschland-Geschäft entfielen. Es ist ein umkämpfter Markt, weil auch Mitbewerber ähnliche Systeme anbieten, „aber eine Rendite von 5 bis 10 Prozent