

17.03.2026 - 17:30 Uhr

Messelogistik: Die blinde Stelle im Marketingbudget



Hamburg (ots) -

Drei Wochen vor der Messe ist alles durchgeplant. Der Stand kostet fünfstellig, das Vertriebsteam ist gebrieft, die Einladungen sind raus. Nur eine Frage hat noch niemand beantwortet: Wie kommt das alles hin?

Deutsche Unternehmen investieren im Schnitt 42 Prozent ihres Marketingbudgets in Messepräsenz. Über 200.000 Aussteller bespielen jährlich 7,2 Millionen Quadratmeter Standfläche. Doch die Logistik hinter dem Auftritt wird behandelt wie ein Anhang - last minute, ohne festen Partner, oft ohne Plan. "Fragen Sie einen Aussteller drei Wochen vor der Messe nach seinem Slot-Status", sagt Timm Trede, Geschäftsführer des Expresslogistikers [zipmend](https://www.zipmend.com). "Die meisten können nicht antworten."

Die operative Realität auf dem Messegelände verzeiht das nicht. Messeplätze wie Stuttgart und Berlin setzen auf digitale Slot-Systeme: 45 Euro pro Zeitfenster, maximal drei Stunden Verweildauer, keine Erstattung bei Verspätung. Wer seinen Slot verpasst, steht vor verschlossener Rampe. Pakete werden auf dem Gelände nicht zentral angenommen - der Aussteller muss persönlich quittieren. Und 60 Prozent der Aussteller auf Leitmessen kommen aus dem Ausland, mit Zollpapieren, die länderspezifische Fallen bergen.

zipmend setzt bei Messetransporten auf Direktfahrten ohne Umladung, mit Abholung innerhalb von 60 bis 120 Minuten und sofortiger Preiskalkulation über die Online-Buchung. Jede Sendung wird von einem Transportmanager begleitet, der Zufahrtswege klärt und den Fahrer koordiniert - genau die Punkte, die bei vielen Ausstellern bis kurz vor Messebeginn offen bleiben.

"Ein Messestand für 50.000 Euro verdient eine Logistik, die mehr ist als eine Hoffnung und eine Handynummer", sagt Trede. Für das Jahr 2026 prognostiziert zipmend ein steigendes Auftragsvolumen im Bereich Messe- und Eventlogistik. Um dieser Komplexität gerecht zu werden, investiert der Logistiker weiter in die Skalierung seiner Systeme und die Ausbildung spezialisierter Transportmanager. Das Ziel: Den "Angstfaktor Logistik" durch digitale Transparenz und eine smarte Abwicklung komplett aus der Messeplanung zu streichen.

Pressekontakt:

Timm Trede
press@zipmend.com

Medieninhalte



zipmend Express auf der Transport Logistic Messe in München, April 2025 / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/181324 / Die Verwendung dieses Bildes für redaktionelle Zwecke ist unter Beachtung aller mitgeteilten Nutzungsbedingungen zulässig und dann auch honorarfrei. Veröffentlichung ausschließlich mit Bildrechte-Hinweis.

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100103289/100939008> abgerufen werden.