

ANALOGE MESSEN UND VIRTUELLE FORMATE

ZWEI PLAYER EINES TEAMS



Uwe Friebe
(Geschäftsführer
Artist MesseService
und -Bau GmbH)

Wie sollten analoge Messestände und virtuelle Veranstaltungsformate aussehen, die Technik und die Interessen von Ausstellern und Besuchern vereinen? Lange Zeit blieben die Tore der Messehallen verschlossen. Mit einer ungeheuren Geschwindigkeit wurden virtuelle Formate als Ersatz platziert. Die Bandbreite an erlebter Qualität reicht dabei von gut gemacht bis gähnend langweilig. Besucher wie auch Aussteller beklagen die fehlende Nähe, die zwingend zum Aufbau einer vertrauensvollen Zusammenarbeit notwendig ist. Oftmals sind technische Unzulänglichkeiten erkennbar, die einen barrierefreien Zugang zum virtuellen Medium erschweren oder gar verhindern. Wie wird nun die Aufmerksamkeit der Besucher geweckt und die Akzeptanz für neue Medien und Formate erweitert?



FOKUS: REALE MESSEN

Schmerzlich vermisst haben wir sie, die realen Messen. Aussteller zeigen ihre neuen Produkte und Highlights oder werben für ihre Dienstleistung. Von der Technik über Haptik bis zum Ausprobieren: Sie haben sich herausgeputzt und warten auf den Messebesucher. Es ist ein quirliges Miteinander, es duftet nach Kaffee, es ist ein Megaevent. Denn die Veranstaltungsbranche versteht es, aus einer Messe ein Erlebnis zu machen, kann aber auch wie keine andere Branche durchdachte Hygienekonzepte umzusetzen, damit sich alle Beteiligten sicher und gut aufgehoben fühlen. Reale Messen haben somit einen entscheidenden Vorteil: ein echtes Erleben mit allen Sinnen und Gespräche face to face.

MESSEFORMATE IN DER UMFRAGE

Die IG Messewesen hat in diesem Jahr eine Umfrage durchgeführt, an der sich über 400 Aussteller aus 17 verschiedenen Branchen beteiligt haben. Das Ergebnis: nur für 10% der Befragten stellt eine virtuelle Messe eine wirkungsvolle Alternative dar. Für über 50% der befragten Unternehmen ist ein virtueller Messestand kein Ersatz. Ein Drittel erkennt für sich die Chance, virtuelle Formate begleitend zu nutzen.

DIE MESSE DER ZUKUNFT

Doch wie sieht die Messe der Zukunft aus? Mehr denn je ist die Messewelt im Wandel und es lohnt sich, über eine Kombination nachzudenken. Wie wäre denn eine virtuelle Hausmesse, die 365 Tage durchgängig geöffnet ist und



die reale Messe wäre dann der Höhepunkt im Messejahr? Eine sinnvolle Überlegung, denn die Vorteile liegen auf der Hand: Die Zielgruppe ist inhaltlich vorbereitet und wartet voller Spannung auf das Live-Erlebnis. Virtuelle Elemente werden ein wichtiger Bestandteil realer Messestände. Sie vergrößern ihn durch ergänzende Informationen aus dem virtuellen Raum.

WIE ENTSTEHT EIN VIRTUELLER MESSESTAND?

Wie bei echten Messeständen stehen am Anfang der Planung ein paar Fragen:

- Wer ist die Zielgruppe?
- Was möchte ich erreichen?
- Wie möchte ich erreichbar sein?
- Wie hoch ist das Budget?

Ein Erlebnisraum wird skizziert und die zu vermittelnden Inhalte werden gesammelt. Das virtuelle Format (in der Regel ein Teil der Website) sollte natürlich auch dem Corporate Design entsprechen. Die Basis erfolgreicher virtueller Präsentationen sind 360° Panoramen. Diese Panoramen lassen sich durch spezielle 360° Kameras oder durch CAD Programme erzeugen. Inhalte wie Bilder, Filme und andere Dateien sind über Hotspots abrufbar, die in den virtuellen Räumen platziert werden. Eine gute Kommunikation und Interaktionsfähigkeit zwischen Unternehmen und Besucher ist wichtig. Üblich ist ein Videochat- oder der klassische Chat, aber auch das Kontaktformular ist beliebt.

Ist der Stand online verfügbar, wird er zur Vorbereitung einer realen Messe genutzt. Zum Betreiben eines effektiven Einladungsmanagements, zur Veröffentlichung, welcher Ansprechpartner an welchen Tagen vor Ort ist, zu einer möglichen Terminbuchung durch die Besucher uvm.

DIE NACHLESE

Nach der Messe lässt sich der virtuelle Messestand für eine effektive Nachbereitung und für Kundenfeedbacks aufstellen. Geben Sie auch den Interessenten, die keinen Messebesuch ermöglichen konnten, eine weitere Chance sich zu informieren.

FAZIT:

Zur Vor- und Nachbereitung sind virtuelle Formate bestens geeignet und vergrößern den Raum des realen Messestands. Das Live-Event bleibt unvergesslich und steht weiterhin im Hauptfokus. Im Zusammenspiel werden Messeziele leichter erreicht, denn analoge Messen und virtuelle Formate sind zwei Player eines Teams!

www.artist-messeservice.de

Autor: Artist MesseService und -Bau GmbH & Co. KG

Bildquelle: Artist MesseService und -Bau GmbH & Co. KG