

Zukunft der Messen

O b Produktpräsentationen oder Premieren: Publikums- und Fachmessen waren in den letzten Jahrzehnten nicht nur Taktgeber neuer Innovationen und Weiterentwicklungen, sie dienten Besuchern und Ausstellern gleichermaßen zum Kennenlernen zukünftiger Kunden, Reseller und Partner sowie besonders zum persönlichen Austausch und Netzwerken. All dies wurde im letzten Halbjahr durch virtuelle Ausstellungen, Video- und Telefonkonferenzen ersetzt – ein gigantischer Werbe-, Job- und viel wichtiger „realer Informationsmarkt“ ist weggebrochen. Wurde eine jahrhundertalte Tradition der Präsentations- und Vermarktungsform komplett ins World Wide Web verschoben? Genau darüber haben wir mit Veranstaltungsexpertin Ariane Rieger gesprochen.

Haben Messen eine Zukunft?

Ja, ganz klar! Die Vorteile von Messen überwiegen: Produktpräsentationen, persönlicher Austausch, um Lösungen ganz individuell weiterzuentwickeln, das Sammeln von Leads, der Aufbau erster Kontakte direkt vor Ort, der Netzwerkaufbau und das zufällige Kennenlernen sowie „das ins Gespräch kommen von Angesicht zu Angesicht“ sind einige Punkte, die mir einfallen. Auch für internationale Aussteller sind Messen unersetzbar.

Selbst bei reinen Ordermessen kann ein virtueller Messestand eine Präsenzveranstaltung ergänzen, aber nicht ersetzen. Je erklärungsbedürftiger, je individuell gestaltbarer das Produkt, die Leistung, umso notwendiger ist der direkte Austausch.

Was muss angepasst werden?

Von Monat zu Monat lernen wir alle hinzu, die Regierung, die Menschen im Büro oder Homeoffice sowie wir als Veranstalter. Aber hybride Events sind gekommen, um zu bleiben! Besonders die jüngeren, e-Commerce-affinen Generationen muss man über Social Media und über Digitales erreichen und im Vorfeld überzeugen, dass es sich für ihren zukünftigen Umsatz lohnt, sich mit dem jeweiligen Anbieter persönlich intensiver auszutauschen. Liveveranstaltungen mit reglementiertem Publikums- und Besucherverkehr sind auf Dauer nicht wegzudenken. Um sichere Rahmenbedingungen zu schaffen, gibt es durchdachte B-Safe4-Business- und Hygiene-

konzepte, die bereits mit Einlasskontrollen und Infrarot-Thermo-Check starten; getrennte Ein- und Ausgänge, weitläufige Fußwege, ausreichend Abstand und modernste Lüftungsanlagen werden obligatorisch sein. Probate Regularien, mit denen jeder Vertriebler sicherlich „leben“ kann.

Wird sich auf Dauer der Vertrieb ändern?

Kurzfristig werden sich die bereits genannten Punkte sicherlich manifestieren. Je digitaler die Wirklichkeit wird, umso wesentlicher wird wahrhaftiges, ganzheitliches Kommunizieren, die Sehnsucht nach echten Beziehungen wird zurückkommen. Aktuell profitieren wir alle noch von Bestehendem. Neue, verlässliche Beziehungen entstehen nur schwer über Screens. Kein Bildschirm kann Vertrauen generieren. Und Verkauf ist Vertrauen! Also würde ich ganz klar sagen, dass die Tendenz auf lange Sicht wieder zu „Echtem Erlebtem“ geht – also in Richtung „Live“ abzielt!

Können Sie uns einen Ausblick auf die nächsten Monate geben?

Mit der Verfügbarkeit eines Impfstoffes wird sich vieles ändern. Hohe Hygiene- und Sicherheitsstandards und Absprachen mit Behörden werden zukünftig aber sicherlich bleiben. Bei all den notwendigen Rahmenbedingungen dürfen wir uns aber nicht vergessen: Der Mensch ist neugierig und wissbegierig, er ist ein gesellschaftliches Wesen und ein „lernendes Gewohnheitstier“. Wir

werden ein neues, wirtschaftlich-gesellschaftliches Miteinander finden, an dem Aussteller und Besucher gleichermaßen wieder an den Events teilnehmen. Dieser hieraus resultierende Expertenaustausch ist Voraussetzung, um unsere viel komplexer gewordene Welt im New Now zu verstehen und erst recht ein Leben in ihr zu meistern.



Ariane Rieger

AR Medienberatung
www.ar-medienberatung.de

Aktuelle Veranstaltungsoptionen

- 1 Fachmessen für Fachbesucher: Kleine Präsenzveranstaltungen mit strikten Hygienekonzepten
- 2 Hybride Veranstaltungen: Besucher sind aktiv als Präsenz- oder Onlineteilnehmer dabei
- 3 Online Veranstaltungen: Besucher sind virtuell miteinander vernetzt

Beratung unter

Telefon: +49 (0) 511 / 606 7777 0

E-Mail: info@interfon-adress.de

Internet: www.interfon-adress.de

Herausgeber: interfon adress GmbH, Hannover