

ZURÜCK

Coronavirus: Messe-Start im Internet

Meldung vom 13.03.2020 GÖPPINGEN DIGITALISIERUNG, MARKETING, NACHHALTIGKEIT, WIRTSCHAFT [TEILEN](#)

Rainer Bachmann initiiert virtuelle Ausstellungen für den Mittelstand



Region Stuttgart. Ob Industriemesse in Hannover, Handwerksmesse in München oder Baumesse in Göppingen – sie haben in Zeiten von Corona eines gemeinsam: sie sind abgesagt. Die Aussteller trifft es hart, fehlt doch ein für sie wichtiges Forum, um Neuheiten vorzustellen, Informationen weiterzugeben und Geschäfte abzuschließen. „Das Messe-Aus für Firmen richtig weh“, weiß Lothar Lehner, Kreisvorsitzender des BVMW in Geislingen. Eine Alternative zu den abgesagten realen Messen könnten für Lehner virtuelle Ausstellungen sein, wie sie Rainer Bachmann aus Deggingen (Kreis Göppingen) organisiert.

„In Zeiten von Corona, Messeabsagen und -verschiebungen darf der Kontakt zum Publikum nicht leiden. Auch wenn die virtuelle Messe für ein Unternehmen keinen vollen Ersatz darstellt, kann sie doch eine tragende Rolle im Dialog mit Kunden und Interessenten sein“, sagt Rainer Bachmann. Der Marketingexperte aus Deggingen hat sich darauf spezialisiert, Messen im Internet zu initiieren. „Bislang war es meine Idee, die virtuelle Messe einer realen Messe folgen zu lassen, damit die Firmen nochmals eine Möglichkeit haben, mit ihren Standbesuchern in Kontakt zu kommen. „Denn“, so weiß Bachmann aus der Statistik, „57 Prozent der Messekontakte laufen nach Ende einer Ausstellung ins Leere“. Seine virtuelle Messe wirke dem entgegen, glaubt der 56-jährige Degginger. So will er im Oktober, mit etwas Abstand zur Automatisierungsmesse „Motec“ in Stuttgart, seine virtuelle Messe „INDUplus“ öffnen, auf der sich die „Motec“-Aussteller noch einmal präsentieren können.

Jetzt, da das Corona-Virus zu immer mehr Absagen von Messen in der realen Welt führt – aktuell sind es rund 450, die regionalen Ausstellungen nicht mitgerechnet –, sieht Bachmann auch eine große Chance für eigenständige Fachmessen. Im Blick hat er aktuell die Logistikbranche, deren Messe „Logimat“ Mitte März in Stuttgart stattfinden sollte und abgesagt wurde. Nun will Bachmann versuchen, den Ausstellern einen virtuellen Messeauftritt schmackhaft zu machen. Dabei geht Bachmann fast so vor wie ein Messeveranstalter im realen Leben. Ist das Interesse bei potenziellen Ausstellern geweckt, mietet der Degginger eine virtuelle Messehalle und kann interessierten Firmen dort Standflächen anbieten.

Beim virtuellen Standbau gibt der 56-Jährige gerne Unterstützung. Der Aussteller kann seine Wünsche zu dem, was er auf der Messe zeigen will, am Stand virtuell umsetzen. Hinzu kommt, dass die Kosten virtueller Messen deutlich niedriger sind als die für einen realen Auftritt. Das betrifft sowohl die reinen Standgebühren als auch die Personal- und Nebenkosten. Weitere Pluspunkte seien eine schnelle Umsetzung und hohe Verlässlichkeit, sowie die Unabhängigkeit von Veranstaltern. „Die Onlinemesse oder der Onlinekongress sind schnell, unkompliziert und preislich unschlagbar“, sagt Bachmann. Vor allem Großunternehmen hätten die Schwächen etablierter und traditionsreicher Messen bereits erkannt und setzen schon länger auf virtuelle Auftritte. „Ob als Hausmesse, Kongress oder als Recruiting Messe, die Onlinemesse hat Konjunktur“, so Bachmann, der vor allem mittelständischen Unternehmen, die nicht das Knowhow für einen eigenen Messeauftritt im Netz haben, eine Plattform bieten will.

Dass eine virtuelle Messe kein vollwertiger Ersatz für einen realen Messeauftritt ist, will Bachmann nicht gelten lassen. „Die virtuelle Messe bietet Kontaktmöglichkeit, Aufmerksamkeit und neue Informationswege. Während auf der realen Präsenzmesse zumeist Gespräche mit dem Vertrieb stattfinden, können in der virtuellen Messe Chats mit den Entwicklern, den Experten hinter den Lösungen, mit der Forschungsabteilung stattfinden“, fährt Bachmann fort. Der Verkäufer könne die Gespräche der realen Messe per Chat und Telefon vertiefen und Besucher der realen Messe so weiter qualifizieren. Wer nach der Messe auch zur Onlinemesse gehe, habe dagegen ein tieferes Interesse. Der Vertrieb oder Verkauf könne geschickt mit Präsentationen und Vorträgen in Webinaren glänzen, die schon lange keine Einbahnstraße mehr seien. „Die virtuelle Messe ist längst auch real geworden und bietet die Chance, die Messe-Realität neu zu schreiben, Kunden und Interessenten neu zu begeistern und zu binden und die Onlinemesse bietet hervorragende Chancen, Verkaufsabschlüsse vorzubereiten und so realen Geschäften den Weg zu ebnet. Weitere digitale Prozesse vereinfachen die Besucherbetreuung und entlasten den Vertrieb“, berichtet Bachmann, der als Steinbeis-Projekt Koordinator einer Industrie 4.0-Transferplattform Industrie und Hochschulen vernetzt, weiter.

Auch wenn der Degginger, der aus 25 Jahren Vertriebsarbeit mit den Aufgaben, Sorgen und Not des Klein- und Mittelstands vertraut ist, das nationale und internationale Geschäft im Blick hat, so ließen sich seine Messekonzepte auch auf regionaler Ebene mit ortsansässigen Firmen realisieren. „Warum auch nicht?“ Publikum für seine Messen will Bachmann, der kleine und mittelgroße Unternehmen bei der Innovationsförderung berät und sein Wissen auch in Schulungen und Vorträgen vermittelt, in erster Linie virtuell gewinnen. Dabei sollen ihm seine Kontakte in den sozialen Netzwerken helfen. Und schließlich würden ja auch die ausstellenden Firmen ihre – potenziellen – Kunden auf die virtuelle Messe einladen.

Die Idee von Messen im Internet begrüßt Lothar Lehner sehr. Der BVMW-Repräsentant für den Landkreis Göppingen und angrenzende Gebiete sieht in dem Angebot eine Chance für Firmen, ausfallende Geschäftsabschlüsse wegen abgesagter Messen doch noch abzufedern. „In Zeiten wie diesen sollten Mittelständler die virtuelle Messe als Alternative auf jeden Fall prüfen“, wünscht sich der Verbandssprecher.



Folgen Sie uns hier

