AUMA
Digitale Events keine dauerhafte Alternative

Freitag, 15.01.2021

Digitale Events sind für die meisten ausstellenden Unternehmen gegenwärtig keine oder keine dauerhafte Alternative zu realen Messen: 17% der Firmen nutzen aufgrund der zahlreichen Messe-Absagen aktuell zwar digitale Events, wollen dieses Engagement aber wieder aufgeben, wenn physische Messen wieder durchgeführt werden können. 48% wollen auch künftig auf reale Messen setzen, aber weiterhin digitale Ergänzungen nutzen. Und immerhin 14% sehen rein digitale Events auch dann nicht als Alternative, wenn keine realen Messen stattfinden können. Lediglich 21% betrachten virtuelle Präsentationen auch dauerhaft als ernsthafte Alternativen zu realen Messen.
Das ergab eine Umfrage unter 427 ausstellenden Unternehmen der Branchen Maschinenbau, Elektrotechnik und Elektronik sowie Optik, Photonik und Medizintechnik im 4. Quartal 2020. Beteiligt waren die Verbände VDMA, ZVEI, SPECTARIS und der AUMA – Verband der deutschen Messewirtschaft.
Bemerkenswert ist, dass über die Hälfte der befragten Firmen bereits digitale Formate getestet haben. Insgesamt haben 2020 fast 50 digitale Events als Ersatz für abgesagte internationale Messen in Deutschland stattgefunden. Gleichzeitig sind die konkreten geschäftlichen Ergebnisse offensichtlich eher bescheiden: Die Aussteller haben mit solchen Beteiligungen im Durchschnitt ein Viertel des Nutzens einer realen Messebeteiligung erreicht. 30% haben sogar nur maximal 10% erzielt, während Spitzenwerte von 70% und mehr nur von 3% der befragten Firmen erreicht wurden.
Dazu der Geschäftsführer des AUMA – Verband der deutschen Messewirtschaft, Jörn Holtmeier: „Sicherlich spielt hier auch die bisher relativ geringe Erfahrung der Beteiligten mit digitalen Business-Events eine Rolle. Zweifellos haben sie gegenwärtig eine wichtige Funktion, um Kundenkontakte aufrechtzuerhalten und Informationen zu vermitteln. Angesichts der sehr unterschiedlichen Einschätzung des Nutzens digitaler und realer Veranstaltungen ist aber kaum vorstellbar, dass rein digitale Varianten eine vollwertige Alternative zu physischen Messen werden können“. Denn die fehlenden Geschäftserfolge auf digitalen Events müssten dann durch zusätzlichen Einsatz anderer Instrumente erreicht werden. Außerdem habe die Befragung gezeigt, dass der persönliche Kontakt, die reale Präsentation von Neuheiten und die Gewinnung neuer Kunden für die Firmen die wichtigsten Argumente für die Beteiligung an realen Messen seien. Die physische Präsenz von Personen und Produkten mache offensichtlich den Unterschied beim geschäftlichen Erfolg aus.

Digitale Events keine dauerhafte Alternative

Links

- Auma