

In wenigen Schritten zur digitalen Eintrittskarte

IDS-App verwaltet Ticket, Fahrschein und wichtige Veranstaltungsinformationen.

Die IDS, die internationale Leitmesse der Dentalbranche, findet vom 14. bis 18. März nicht nur zum 40. Mal statt, die Veranstaltung feiert zugleich ihren 100. Geburtstag. Und Branchenteilnehmer auf der ganzen Welt beginnen nun mit ihrer Besuchsplanung zum dentalen Branchenhilighlight. Dazu gehört auch, sich frühzeitig ein Zutrittsticket für die IDS 2023 zu sichern und die IDS-App auf seinem Smartphone zu installieren. Der Ticketshop der IDS 2023 wurde bereits Mitte Dezember online geschaltet und steht zur Bestellung der Eintrittskarten zur Verfügung. Alle Tickets zur IDS 2023 sind ausschließlich online buchbar und werden personalisiert ausgegeben.

Der Ticketshop der IDS – in wenigen Schritten das Online-Ticket erwerben:

1. Registrierung, Ticketkauf und Bezahlung

Im ersten Schritt ruft der Besucher folgenden Link auf: www.ids-cologne.de/die-messe/tickets/tickets-kaufen/. Hier kann jeder ein Ticket kaufen oder digitale Ticket-Codes einlösen. Zuvor muss sich jeder für einen neuen Koelnmesse-Account registrieren, durch diesen Prozess wird der User angeleitet. Messebesucher, die bereits bei der Koelnmesse registriert sind, können ihre bisherigen Zugangsdaten nutzen und direkt den IDS-Ticketkauf durchführen. Diese persönlichen Zugangsdaten des Koelnmesse-Accounts sind auch für den Zugang zur Messe-App und zur digitalen Event-Plattform IDScconnect gültig. Für neue Besucher gilt: Nach der Registrierung kann das IDS-Ticket gekauft oder der digitale Ticket-Code eingelöst werden. Die Bezahlung wird via PayPal oder Kreditkarte (MasterCard, VISA, American Express) abgewickelt.

2. Herunterladen der IDS-App

Für die IDS 2023 gibt es ausschließlich digitale Tickets. Die Voraussetzung, das digitale Ticket am Eingang verwenden zu können, ist, die IDS-App auf seinem Smartphone herunterzuladen, die im App Store (IOS) bzw. Play Store (Android) zur Verfügung steht. Sobald der IDS-Ticketshop online ist, wird die IDS-App freigeschaltet. Nach der Anmeldung in der IDS-App mit den Zugangsdaten des Koelnmesse-Accounts wird das erworbene Ticket

automatisch im Ticket-Wallet der App angezeigt. Die IDS-App ist selbstverständlich kostenfrei und wird für iPhone/iPad und Android in den Sprachen Deutsch und Englisch zum Download bereitgestellt.

Zusätzlich zum Zugangsticket zur IDS 2023 erhält der Besucher den kostenlosen Fahrausweis in einer separaten E-Mail. Auch der Fahrausweis wird automatisch in der Wallet auf der IDS-App angezeigt. Der Fahrausweis (2. Klasse) ist gültig für öffentliche Verkehrsmittel im erweiterten Netz des Verkehrsverbundes Rhein-Sieg (VRS) und dem Verkehrsverbund Rhein-Ruhr (VRR). Hiervon ausgenommen sind zuschlagpflichtige Züge der Deutschen Bahn AG wie beispielsweise IC/EC oder ICE. Der Fahrausweis berechtigt im angegebenen Messezeitraum zu An- und Abfahrt zum Besuch der IDS 2023. Er ist nicht auf andere Personen übertragbar und nur gültig in Verbindung mit einem gültigen Lichtbildausweis und der Eintrittskarte zur IDS 2023.

3. Besuch der IDS 2023 und Vorteile der IDS-App

Die IDS-App verwaltet nicht nur die Tickets zum Messeeintritt und die Fahrscheine für den öffentlichen Personennahverkehr (VRS und VRR), sie bietet allen Messteilnehmenden zusätzlich eine Vielzahl an Vorteilen – vor, während und nach der Veranstaltung. Bereits drei Monate vor der Veranstaltung kann man über den Terminplaner in der App Gespräche und Treffen mit anderen Branchenteilnehmern und Netzwerken vereinbaren. Und auch Monate nach der Veranstaltung stehen noch diverse Inhalte und Netzwerkmöglichkeiten der App zur Verfügung und ermöglichen eine erfolgreiche Messenachbereitung.

Weitere Vorteile der IDS-App sind unter anderem:

- interaktives Networking mit integriertem Simple-Text-Chat
- Ausstellersuche nach A-Z, Ländern, Hallen, Produktgruppen, Produkteinträgen



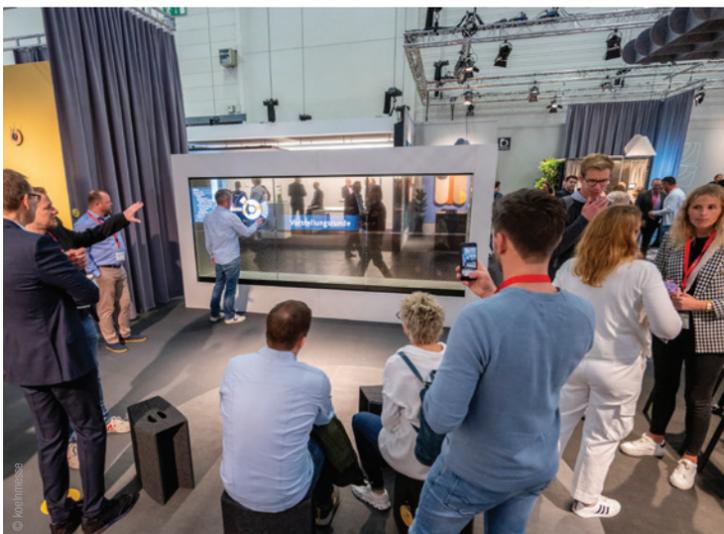
- Ausführliche Detailansicht mit allen Informationen und Produkten des Ausstellers
- Aktuelle Informationen und Livestream des Eventprogramms (inkl. Suche, Veranstaltungsort usw.)
- Übernahme von Ausstellern und Eventprogramm-Terminen in den Kalender bzw. das Adressbuch des Gerätes
- Notiz-Sharing von Aussteller- und Eventprogramm-Informationen
- Interaktiver Hallenplan für alle Hallen mit allen Treppen, Ein- und Ausgängen

- Zusammenstellung persönlicher Favoritenliste innerhalb der Ausstellersuche und des Eventprogramms
- Export der persönlichen Favoriten (Mail, Nachricht, OneDrive, Dropbox usw.)
- Informationen zur An- und Abreise sowie zu Unterkunftsmöglichkeiten in Köln
- Integriertes Leadtracking in der Messe-App – Datenexport der Kontaktdaten

Quelle: ids-cologne

Studie zur Zukunft der Messe

Erkenntnisse zeigen: Hauptfokus bleibt das physische Format.



Wie sieht die Zukunft der Messe aus? Welche Ziele verfolgen Aussteller mit einer Messteilnahme? Und

wie können die Messteams ihre Aussteller bestmöglich dabei unterstützen, ihr Messeerlebnis optimal zu ge-

stalten? Diesen und weiteren Fragen nach der Zukunft der Messe widmete sich die Koelnmesse in einem Wissenschaftsprojekt in Kooperation mit der Universität Münster. Die Ergebnisse zeigen: Das physische Messeformat wird von Ausstellenden weiterhin gewünscht.

Branchenzuschnitt essenziell

„Die aktuellen Krisen haben das Geschäftsmodell Messe vor enorme Herausforderungen gestellt. Wir sind gefragt, mit kreativen Lösungen permanent die Schlagkraft des Messeformats in der Praxis unter Beweis zu stellen. Ich freue mich, dass das Projekt die Zukunftsfähigkeit unserer Branche auch aus Ausstellersicht deutlich bestätigt und gleichzeitig die Wege aufzeigt, die wir auch in Köln in den kommenden Jahren gehen werden“, sagt Kölns Messechef Gerald Böse.

Digitalität als Chance für 365-Tage-Plattformen

Im Rahmen der Dissertation von Victoria Kramer, Doktorandin am Institut für Marketing unter der Betreuung von Prof. Dr. Manfred Krafft, wurde die Akzeptanz der in Pandemiezeiten entwickelten digitalen Messeformate untersucht. Zugleich wurden die Möglichkeiten zur gemeinsamen Entwicklung neuer Formate im Austausch zwischen Messeunternehmen und Ausstellern erforscht. Die Auswertung umfangreicher Befragungen zeigt, dass Unternehmen parallel stattfindende physische und digitale Veranstaltungen als sehr komplex erachten. Die in den vergangenen Jahren erprobten digitalen Formate werden stattdessen als Chance für 365-Tage-Plattformen gesehen. Dabei gilt: Sowohl die physischen Veranstaltungen als auch die zeitlich unabhängigen

digitalen Angebote benötigen einen klaren Branchenzuschnitt.

„Die Kooperation mit dem Marketing Center war für uns eine wertvolle Möglichkeit, unsere Praxiserfahrungen wissenschaftlich zu untermauern und zugleich vom Know-how der Münsteraner Marketing-Experten zu profitieren“, sagt Stefan Kranefeld, Geschäftsbereichsleiter Vertrieb, Koelnmesse GmbH. „Die Zusammenarbeit mit der Koelnmesse ermöglichte uns, die weltweit erste Studie zur Rolle von Ausstellern in hybriden und rein digitalen Formaten umzusetzen. Gerade bei radikalen Veränderungen im Messebereich ist eine solche Grundlagenforschung alternativlos“, ergänzt Prof. Dr. Krafft.

Quelle: koelnmesse