

„Die Coronakrise hat die digitale Transformation der Messewirtschaft beschleunigt.“

Oliver Frese, Geschäftsführer der Koelnmesse, im Interview mit der Dental Tribune International.

■ In Kürze öffnet die Internationale Dental-Schau 2021, die wichtigste Branchenplattform der globalen Dentalbranche, ihre Pforten in Köln. Die letzten Vorbereitungen sind im Gange.

Herr Frese, das Messegeschäft in Deutschland und weltweit hat 2020 erhebliche Verluste erfahren. Welche Perspektive gibt es für die Branche in diesem und im nächsten Jahr?

Es ist richtig, für uns als Messeveranstalter waren und sind die vergangenen anderthalb Jahre ohne Frage die bisher schwierigsten in unserer über 90-jährigen Unternehmenshistorie. Viele Veranstaltungen mussten aussetzen bzw. in die kommenden Jahre verschoben werden. Die finanziellen Einbußen liegen im dreistelligen Millionenbereich. Und dennoch: Krisen haben auch immer positive Seiten! Wir haben die Wochen und Monate intensiv genutzt, um das Marketinginstrument „Messe“ auch neu zu denken, neue Tools und Kommunikationsformen zu entwickeln und Prozesse, die wir bereits angestoßen hatten, noch einmal zu beschleunigen. Hier spreche ich besonders das Thema Digitalisierung an.

Die IDS wird in diesem Jahr das erste Mal in ihrer Geschichte als hybride Veranstaltung – vor Ort und online – stattfinden. Was sind Ihre Erwartungen an das Format und wie wurde es bisher angenommen?

Die Coronakrise hat die digitale Transformation der Messewirtschaft, die sich bereits vorher deutlich abzeichnete, beschleunigt. In der Zukunft werden wir uns hybrid zwischen den beiden Welten bewegen. Dabei wird der Schwerpunkt eines interdisziplinären Wissensaustauschs und Informationstransfers – Stichwort Content – auf digitaler Ebene liegen, das persönliche Erlebnis und der Austausch von Mensch zu Mensch, also das Business, bleibt das große Plus der Messe vor Ort. Diese Strategie haben wir auch auf die IDS 2021 ausgeweitet und wollen Messteilnehmenden, die eben nicht anreisen können, so die Möglichkeit eröffnen, attraktive Messestände und Produkte zu entdecken und über innovative Kanäle mit ihren Ansprechpartnern in Kontakt zu treten. Das Konzept kommt gut an – bei Ausstellern und Besuchern, wie auch die aktuellen Ticketanmeldungen für die IDScconnect belegen.

Hybrid bedeutet auch doppelten Aufwand und erhöhte Kosten für Hygienekonzepte für Veranstalter und Aussteller. Ist es daher nicht möglich, dass sich Aussteller langfristig auf kleinere Events konzentrieren und/oder komplett in den digitalen Raum abwandern?

Nein, ganz im Gegenteil! Wir merken sehr deutlich, dass unsere Kunden zurück in die Messehallen wollen! Das haptische Erlebnis und das persönliche Gespräch sind in der Business-Welt durch digitale Features nicht zu ersetzen. Selbst bei sehr digital-affinen Veranstaltungen, wie wir sie ja auch in unserem Koelnmesse-Portfolio haben, ist der Tenor eindeutig: Digital funktioniert sehr gut, aber wir wollen in erster Linie eine Messeplattform, wo wir uns persönlich begegnen.

Die Teilnahme an Messen war in der Dentalbranche traditionell eines der wichtigsten Marketinginstrumente, worauf teilweise das größte Budget entfiel. Wird sich das zugunsten digitaler

© Koelnmesse GmbH

„Wir merken deutlich, dass unsere Kunden zurück in die Messehallen wollen!“

Oliver Frese, Geschäftsführer der Koelnmesse.

Marketingstrategien ändern und was bedeutet das für die Messegesellschaften?

Daran wird sich nach unserer Einschätzung auch in Zukunft nicht viel ändern. Die Digitalisierung unterstützt mit ihren Möglichkeiten den beruflichen Alltag, sie erleichtert Prozesse, eröffnet neue Geschäftsmodelle und sorgt für effizienteres Wirtschaften. Aber Geschäftsabschlüsse werden auch in Zukunft persönlich erfolgen, man will das Produkt nicht nur digital sehen, sondern erleben. Und auch das partnerschaftliche Geschäftsverhältnis basiert auf Vertrauen und Respekt, das man nicht durch „digitale Meetings“ aufbaut. Das persönliche Gespräch hat für uns und unsere Arbeit weiterhin oberste Priorität. Denn nur im Gespräch erfahre ich doch, was meine Kunden bewegt und treibt. Das gilt auch für die Dentalbranche!

Welche Entwicklung sehen Sie für große Messen mit viel internationalem Publikum voraus?

Ein hundertprozentiges Zurück in alte Bahnen und Denkmuster wird es nicht geben, das wäre auch nicht sinnvoll. Die Veranstaltungen werden auf der Angebotsseite die frühere Größe und Stärke auch quantitativ wieder erreichen können, aber die Art der Präsentation und die Messestände werden sich verändern, damit das physische Erlebnis in der Halle und die digitale Kommunikation gleichermaßen gewährleistet sind. Auch die Nachfrageseite wird zahlenmäßig hoffentlich im Zuge der Überwindung der Pandemie mittelfristig wieder anziehen. Die internationale Reichweite wird aber viel höher sein als zuvor, wenn die digitalen Angebote ziehen. Für unsere Kunden wird die Basis für ihr Geschäft größer.

Aktuell sind rund 830 Aussteller für die IDS 2021 gemeldet. Benötigt man dann noch große Messehallen?

Die IDS 2021 wird sich Corona-bedingt sicherlich von früheren IDS-Messen unterscheiden, aber wir arbeiten hart daran, dass der Unterschied für unsere Teilnehmenden so gut wie nicht spürbar wird. Auf der anderen Seite ist es auch im Sinne unserer Kunden, dass man gewisse Veränderungen aufgrund der aktuellen Rahmenbedingungen wahrnimmt. Wir benötigen de facto mehr Fläche, um alle aktuell erforderlichen Maßnahmen und behördlichen Vorgaben zum Schutz von Ausstellern und Besuchern sicherzustellen. Über das laufende Jahr hinaus ist nicht die Größe der Halle ausschlaggebend, sondern ihre Flexibilität für die hybride Zukunft des Messegeschehens.

Was sind Ihrer Meinung nach die größten Herausforderungen für die Messebranche in den nächsten Jahren und wie kann man diese meistern?

Die größte Herausforderung ist sicherlich die Verknüpfung der physischen Messe mit digitalen Leistungen, denn das erwarten unsere Kunden heute. Wir haben uns in den vergangenen Monaten noch stärker als zuvor der Entwicklung hybrider und digitaler Messeerlebnisse bis hin zur ganzjährigen Online-Präsenz unserer Messemarken gewidmet. Denn das große Plus des hybriden Events ist die digitale Reichweite deutlich über den Messezeitraum hinaus. Diese zusätzlichen Potenziale für Aussteller und Besucher müssen wir klar herausarbeiten und kontinuierlich ausbauen. Dann wird es für alle eine klassische Win-win-Konstellation.

Vielen Dank für das Gespräch. ◀

© Koelnmesse GmbH/Ralph Richter



Wawibox

2021 alles im Griff!

Vom Einkauf bis ins Lager: Warenwirtschaft leicht gemacht.

Einfache Bestellung, transparente Bestände
mithilfe digitaler Lösungen für Ihr Team.

Besuchen Sie unseren Stand auf der IDS in der Halle 11.2,
Stand N048 oder vereinbaren Sie eine Online-Messeberatung:
wawibox.de/ids



Fachkundige
Beratung &
IDS-Angebot
auch online.