



Presse-Information

Befragung von Unternehmen zur aktuellen Messe- und Vertriebsstrategie

## **Messen ja – aber hybrid**

München 5.10.2020 – **Im März dieses Jahrs stoppte die Corona Pandemie das weltweite Messewesen abrupt und zwang Unternehmen dazu, schnell neue, möglichst digitale Wege und Kanäle für ihre Kundenkommunikation und Vertriebsaktivitäten zu suchen. Doch können Webinare, Videomeetings und virtuelle Messen den realen Kontakt, das Anfassen, Ausprobieren, Betrachten von Produkten und besonders das persönliche Gespräch ersetzen? Oder werden reale Veranstaltung sogar überflüssig? Das wollten die Kommunikationsagentur Beiersdorff aus München und die Messeberatung RUUF aus der Schweiz wissen und führten gemeinsam mit Bayern Innovativ, weconfair und dankl+partner im Juli/August 2020 eine Befragung in Deutschland, Österreich und der Schweiz durch, an der sich 193 Unternehmen beteiligt haben.**

Wie erwartet haben die Unternehmen in den letzten Monaten verstärkt das Internet (65%), Webinare und Videokonferenzen (52%), Social Media (49%) sowie virtuelle Messen (37%) genutzt, um mit Ihren Kunden in Kontakt zu bleiben. Diese Maßnahmen wurden mehrheitlich als recht erfolgreich bewertet. Neben den digitalen Aktivitäten wurden auch traditionelle Instrumente wie Anzeigen in Fachmedien (30%), Telefonmarketing (30%) und Hausmessen (20%) als Ersatz für Messen genutzt.

Zum Befragungszeitpunkt planten 60 Prozent bereits aktiv ihre zukünftigen Messeteilnahmen, die meisten in der gleichen Anzahl und Standgröße wie bisher. Nur 5% wollten vorerst auf Messen verzichten, 14 % ihre Teilnahme reduzieren. Allerdings sind über 30 % der Unternehmen unsicher und wollen erst abwarten wie sich die Veranstaltungen entwickeln. Durch die andauernde Verschiebung und Absage geplanter Messen kann sich dieser Trend weiter verstärken.

Der Hauptgrund für den Verzicht bzw. die Reduzierung der Messeteilnahme ist für 65 % die fehlende Planungssicherheit, gefolgt von Budgetgründen (30%). Im Sommer wurde die Sorge um die Gesundheit und andere Gründe nur zu jeweils 10 % genannt. Auch hier werden sich die Verhältnisse durch neue Reisebeschränkungen und zunehmende Infektionszahlen aktuell wohl noch verschieben.

Für den überwiegenden Anteil der Befragten bleiben Messen auch in Zukunft wichtig. Bei den digitalen Alternativen wird Webinaren, Videokonferenzen und Social Media eine hohe Bedeutung prognostiziert. Auch für themenspezifische Webportale, AR und VR Präsentationen sowie Video wird

ein wachsendes Potential gesehen, während virtuelle Messen eher als nicht so bedeutend gewertet werden.

Nur 3 % der Teilnehmer denken, das Messen und Live Events von den digitalen Alternativen verdrängt werden. Die restlichen Unternehmen sehen Veranstaltungen weiter als wichtige, persönliche Kontakt- und Vertriebsplattform. Allerdings wünschen sich 72% in Zukunft eine ergänzende Mischung von digitalen und analogen Formaten, also mehr Hybridangebote.

Die vollständige Studie ist unter [www.beiersdorff.de/agentur-blog](http://www.beiersdorff.de/agentur-blog) abrufbar.

**Unternehmensprofil:**

Die Beiersdorff GmbH mit Sitz in München ist eine inhabergeführte Kommunikationsagentur mit dem Schwerpunkt Live-Kommunikation. Seit über 40 Jahren unterstützt sie Kunden aus allen Industrien bei der Entwicklung und Umsetzung ganzheitlicher Kommunikationsstrategien. Durch die langjährigen Erfahrungen in der Zusammenarbeit sowohl mit Messeveranstaltern und als auch Ausstellern sowie der Planung und Durchführung von Sonderschauen, Gemeinschaftsständen und Fachveranstaltungen liegt der Fokus im Bereich Messen und Events. Ein besonderes Augenmerk legt die Agentur dabei auf die erfolgreiche Verknüpfung digitaler und analoger Instrumente.

**Kontakt/Ansprechpartner**

Beiersdorff GmbH  
Dirk Beiersdorff  
Dachauerstr. 153  
80335 München  
Tel: 089 178037 17  
E-Mail: [dirk@beiersdorff.de](mailto:dirk@beiersdorff.de)  
Webseite: [www.beiersdorff.de](http://www.beiersdorff.de)