



Co-Creation Center nennt sich das Showroom-Konzept der Maschinenfabrik Reinhausen in Regensburg.

Co-Creation Center is the name of the showroom concept of Maschinenfabrik Reinhausen in Regensburg.

Photo: Bruns Messe- und Ausstellungs-gestaltung

MESSEBAU / DESIGN

Die Realität im virtuellen Raum

Was bieten Messedesigner ihren Kunden trotz oder gerade wegen der Krise? Möglichkeiten sind virtuelle Messeauftritte, Showrooms und Abstandskonzepte für Messestände.

Eigentlich ist der Messestand durch nichts ersetzbar. Erst recht nicht bei Unternehmen, deren Auftritte integraler Bestandteil der Kommunikationsstrategie sind“, erklärt Martina List, Head of Marketing bei Bruns Messe- und Ausstellungs-gestaltung in München. Doch sie räumt

ein: „In Zeiten von Corona bleibt das Original nur Theorie.“ Messen fallen aus. Reisen sind eingeschränkt. Kreative Wege halten den Kontakt zum Kunden aufrecht. Auf virtuellen Messeständen bildet Bruns die Kernbereiche realer Stände ab: Produkte werden präsentiert, Markenwelten erlebbar gemacht

und Entdeckungsreisen per Mausclick angeboten. In Showrooms können Unternehmen Einzelpersonen oder kleine Gruppen einladen. Hybride Formate verknüpfen reale Orte und Events mit digitalen Inhalten.

Die Getränkeindustrie-Messe BrauBeviale 2020 fand virtuell statt. Das Unternehmen ProMinent hatte sich frühzeitig entschieden, mit Bruns einen virtuellen Showroom im Werks-gelände-Szenario zu entwickeln. Damit sollten die Vertriebsziele verfolgt und der Kontakt zu den Kunden gehalten werden. In diesem Showroom sind alle Exponate zu sehen, die auf der Messe gezeigt worden wären, darunter Anlagen zur Prozess- und Trinkwasser-Aufbereitung. Alle Informationen lassen sich abrufen. Über Mailings wurde das Fachpublikum zum Besuch eingeladen und die bevorstehende Eröffnung angekündigt. Während der BrauBeviale standen die Produktverantwortlichen den Besuchern per Chat Rede und Antwort. „Im virtuellen



IM BLICK PUNKT

IHR MESSE-AUFTRITT

**MESSE
BAU
SÜD**

Messebau Süd GmbH
Sohlegrund 4
75395 Ostelsheim
Tel. 0 70 33 / 40 08-6
Fax: 0 70 33 / 40 08-80
E-Mail:
info@messebau-sued.de
Internet:
www.messebau-sued.de



BrauBeviale 2020: Das Unternehmen ProMinent entwickelte mit Bruns einen virtuellen Showroom im Werksgelände-Szenario.

BrauBeviale 2020: ProMinent developed a virtual showroom in a factory site scenario with Bruns.

Photo: Bruns Messe- und Ausstattungs-gestaltung

Raum wurden die Messegespräche eins zu eins geführt“, erklärt Martina List.

Zur nächsten Veranstaltung lässt sich der digitale Showroom mit neuen Exponaten bestücken. Die diesjährigen Ausstellungsstücke sind dann jederzeit in einem virtuellen Nebenraum verfügbar. „Langfristig kann der Showroom mit jeder Veranstaltung wachsen“, wie Martina List von Bruns konstatiert. Die Kosten der Umsetzung sind im Verhältnis

überschaubar. Bruns integriert auch Begrüßungsvideos, Audiodateien, Downloads und Gewinnspiele zur Leadgenerierung. Selbst die Anbindung an Google Analytics ist möglich. „Hier ist der digitale dem physischen Stand überlegen“, so die Messe-Expertin.

Die Maschinenfabrik Reinhausen ist Weltmarktführer für Leistungstransformatoren in Energienetzen. Am Standort Regensburg schuf Bruns einen Showroom. „Er ist

ein weltweit einzigartiges Zukunftslabor, eine Entwicklungs-Werkstatt“, so Martina List. „Hier arbeitet die Maschinenfabrik mit Kunden und Partnern an der Zukunft der Energienetze.“ Zentraler Blickfang ist ein Transformator mit funktionsfähigem Steuerungssystem. Touch-Monitore demonstrieren verschiedene Anwendungen. Intelligente Sensoren, Lüfter und Durchleitungen veranschaulichen die digitale Überwachung und Steuerung der Leistungstransformatoren.

Ein elektrisch zu öffnender Vorhang trennt den Trafo-Raum ab. Dahinter erstreckt sich eine großzügige Coworking-Area mit vielen Arbeitsstationen. „Hier entstehen Lösungskonzepte zur Digitalisierung der Energietechnik“, prophezeit Martina List. „Aufgrund von Covid-19 ist all das aber zunächst nur auf der Website begehbar und wird als Studio mit digitalen Livesessions für Kunden in aller Welt verfügbar.“ Der reale Showroom wird also durch digitale Medien erweitert – eine hybride Veranstaltung entsteht. Und wenn reale Messen wieder stattfinden, bietet Bruns Corona-Abstands- und Hygienekonzepte für Messestände. Dazu gehören Einbahn-Wegführungen mit Bodenmarkierungen und Absperrbändern, Desinfektionssäulen oder Möblierungen, die Abstand gewährleisten. „Wir haben mit Kunden und deutschen Messengesellschaften tragfähige Konzepte erarbeitet“, verspricht Martina List fürs Szenario ‚Zurück in die Zukunft‘ (www.brunsmessebau.de).

JK ■

Die Mehrheit der Aussteller will Messe-Engagement beibehalten

Wie wirken sich die Corona-Krise und die damit verbundenen wirtschaftlichen Folgen auf künftige Messebeteiligungen aus? Das interessiert die deutschen Messgesellschaften genauso wie die in Mitleidenschaft gezogene Messebau-Branche. Immerhin: Rund 60 Prozent der deutschen Unternehmen wollen auch 2021 und darüber hinaus ihr Messe-Engagement konstant halten. Das ist eines der Ergebnisse der aktuellen Konjunkturumfrage des ifo-Instituts. Nach Auffassung des AUMA, Verband der deutschen Messwirtschaft, sei dies eine gute Nachricht. Schließlich hielten die Firmen trotz schwerer Wirtschaftskrise und der andauernden Corona-Pandemie im gleichen Umfang an ihren Messebeteiligungen fest. Dabei dürfte auch eine Rolle spielen, dass die wichtigsten Messeziele nicht darauf ausgerichtet sind, unmittelbar Umsatz zu erzielen. Vielmehr geht es darum, mittel- und langfristige das Unternehmen zu stärken. Die Hauptziele einer Messebeteiligung sind: Gewinnung neuer Kunden, Kundenbindung, Stärkung von Bekanntheit und Image und die Präsentation neuer Produkte. Nicht ganz so positiv ist ein weiteres Ergebnis der Befragung: Knapp 40 Prozent der Unternehmen wollen in der derzeitigen Situation ihren Beteiligungsumfang reduzieren – angesichts der aktuellen wirtschaftlichen Lage und der volatilen Rahmenbedingungen ist das sicher keine Überraschung, so der AUMA. Die Messen, die zum zwischenzeitlichen Neustart Anfang September 2020 stattgefunden haben, signalisierten aber bereits für ihre Branchen eine positive Grundstimmung (www.auma.de).

STAND CONSTRUCTION / DESIGN

The reality in the virtual room

What are exhibition stand designers offering their clients despite or because of the crisis? The options are virtual trade fair appearances, showrooms and social distancing schemes for exhibition stands.

There is actually no real substitute for an exhibition stand. Particularly for companies whose trade fair appearances are an integral part of their communications strategy," explains Martina List, head of marketing at Bruns Messe- und Ausstellungsgestaltung in Munich. But in times like these, that remains just theory, as she concedes. Trade fairs are not taking place. There are restrictions on travel. Creativity is required to maintain contact with

customers. Bruns reproduces the essential elements of real stands in virtual exhibition stands: Products are presented, brand experiences are offered, and voyages of discovery can be made at the click of a mouse. Companies can invite individuals or small groups to showrooms. Hybrid formats combine real places and events with digital content.

The beverage industry trade fair BrauBeviale 2020 took place virtually. ProMinent decided well in advance to develop with Bruns

a virtual showroom in a works scenario. The aim was to achieve the company's sales targets and maintain contact with customers. This showroom presented all the exhibits that would have been shown at the trade fair, including systems for drinking water treatment. All kinds of information can be called up. Mailshots were sent out to the target group by email, inviting people to the event and announcing its upcoming opening. During BrauBeviale those responsible for the products were available in the chat system to answer any questions from visitors. "One-to-one conversations were conducted in the virtual room," explains Martina List of Bruns.

The digital showroom can be filled with new exhibits for the next event. This year's exhibits remain available for viewing at any time in a virtual side room. "The showroom can grow over time with each new event," continues List. The costs of implementation are quite reasonable. Bruns also includes welcome videos, audio files, downloads and competitions to generate leads. It is even possible to integrate Google Analytics. "The

Exolon Group Infection Protection made of transparent solid sheets

exolon
GROUP

Minimize the risk of getting infected...

Irrespective of whether you work in the supermarket at the checkout, in an open-plan office or at the doctor's office in the reception area, people meet each other everywhere and it is not always possible to retain a minimum distance from each other. Protective screens or Face Shields made of transparent sheet material can help out here. Select between polycarbonate or polyester sheets from the Makrolon® (PC), Vivak® (PET G) or Axpert® (A PET) brands.

Exolon Group - Your longterm partner
Exolon Group is one of the leading producers of multiwall and solid polycarbonate sheets, successfully applied in various fields and sectors.

Our foundations are over 40 years of know-how in the development, production and sale of sheets; our strength are the innovations that allow us to set new standards with our products.

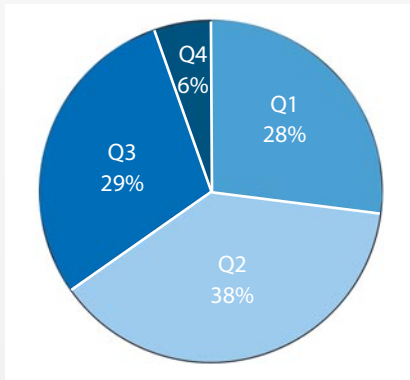
VIVAK® axpert® MAKROLON®

Contact us: sales@exolongroup.com | www.exolongroup.com

In which quarter of 2021 do you expect to see exhibitions taking place?

This is part of a very extensive member survey of the International Federation of Exhibition and Event Services (IFES):

Assumptions regarding the comeback of trade fairs vary widely and are spread over the whole year 2021. Two thirds of the participants expect a new start in the first half of the year, another 29 per cent in Q3 and 6 per cent in the last quarter of the year.



These statements were made with some reservations, such as that trade fairs will start in the first half of the year, with fewer events, but that the majority of business will not take place until the second half – or that the occurrence of fairs strongly depend on the spread of the virus and whether planned shows are feasible as planned.

These expectations match the results of the previous question regarding the currently (government's) planned re-opening dates of trade fairs, either mostly in the first half of 2021 or not being announced yet.

Regarding 2021, which statements apply best?

The IFES survey revealed that already at the time of data collection, barely half of the responders indicated that all postponed and initially planned shows for 2021 are likely to take place as scheduled. This figure is underlined by the fact that 31 per cent of responders state that some shows have already been cancelled, and 27 per cent state that even more than a third of all shows have been cancelled for 2021. Some shows for 2021 have even been postponed to 2022 already and roughly 10 per cent of the responders claim to have no business so far for the upcoming year.

The evaluation is available:
www.ifesnet.com



Photo: Bruns Messe- und Ausstellungsgestaltung

ProMinent: „Langfristig kann der Showroom mit jeder Veranstaltung wachsen“, sagt Martina List von Bruns.

ProMinent: “In the long run the showroom can grow with every event,” says Bruns’ Martina List.

digital stand is superior to a physical stand in this respect,” asserts the trade fair expert.

Maschinenfabrik Reinhausen is a global leader in the market for power transformers in energy networks. Bruns created a showroom at the company’s site in Regensburg. “It’s a future-oriented laboratory, a product development workshop that is unmatched anywhere else in the world,” says List. “The company works with customers and partners on the future of energy networks.” What catches the eye here immediately is a transformer with an operational control system. Touchscreen displays demonstrate a variety of applications. Intelligent sensors, fans and transmission equipment illustrate how the power transformers are digitally monitored and controlled.

An electrically operated curtain partitions off the transformer room. Behind it is a spa-

acious co-working space with numerous workstations. “Solutions for the digitalisation of energy technology are being developed here,” says List. “However, because of Covid-19, for the time being you can only see all that on the website, where it is available to customers throughout the world in the form of a studio with digital live sessions.” The real showroom is thus complemented by digital media, creating a hybrid event. And when real trade fairs start to take place again, Bruns has social distancing and hygiene systems to offer for exhibition stands. These include one-way systems with floor markings and barrier tapes, sanitising stations and furnishings that ensure social distancing. “Together with our customers and German trade fair companies, we have developed workable strategies,” promises Martina List for the “back to the future” scenario (www.brunsmessebau.de). JK ■

Most exhibitors remain just as committed to trade fairs

How will the Covid crisis and the associated economic consequences impact on exhibitors’ participation in trade fairs in future? That’s the question German trade fair companies and the suffering exhibition stand construction industry are asking themselves. Despite everything, around 60 per cent of German companies intend to continue with the same level of commitment to trade fairs in 2021 and beyond. That’s according to the most recent business survey conducted by the ifo Institute. AUMA, the Association of the German Trade Fair Industry, believes this is good news. It shows, after all, that these companies intend to take part in trade fairs to the same extent as before despite a serious economic crisis and a prolonged pandemic. This may also be because increasing sales in the short term is not one of exhibitors’ key objectives when they take part in trade fairs. Instead, they want to strengthen themselves in the medium and long term. Their aim primarily to acquire new customers, strengthen bonds with existing customers, raise their profile, enhance their image and present new products. On the other hand, the survey also found that almost 40 per cent of companies do intend to reduce their level of commitment to trade fairs, which is not quite so positive. But in view of the economic situation and the current volatility, that comes as no surprise to AUMA. The evidence from the trade fairs held since the temporary restart at the beginning of September 2020 is that the prevailing mood in the associated industries is positive (www.auma.de).