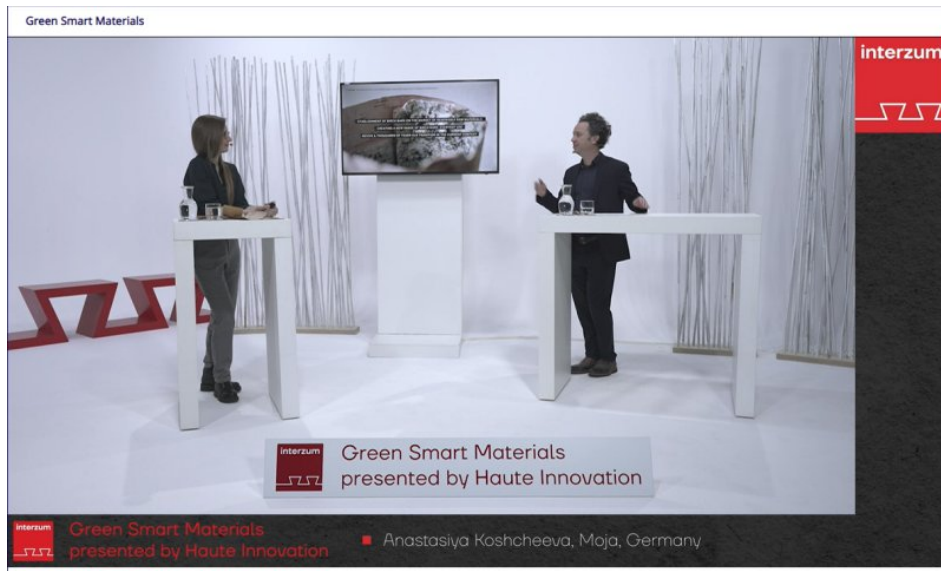


»interzum @home« schließt mit positivem Ergebnis

Artikel vom 11. Mai 2021
Messen

Am Freitag, 7. Mai 2021, ging die virtuelle »interzum@home 2021« zu Ende. Vier Tage lang konnte die digitale Ausgabe mit relevanten Themen kreative Impulse geben. Die globalen Megatrends wie Digitalisierung, Individualisierung, Mobilität oder Urbanisierung spiegeln sich in den Präsentationen der ausstellenden Unternehmen wider.

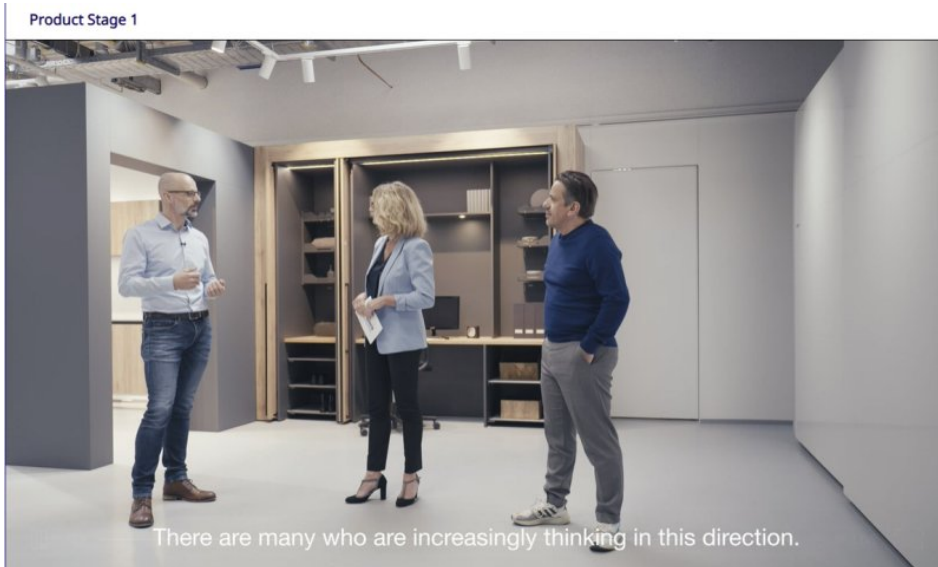


Die »interzum@home« präsentierte auf drei virtuellen Bühnen Trendthemen (Bild: Koelnmesse).

Auf der »interzum @home« waren laut Veranstalter Koelnmesse insgesamt über 10.000 Teilnehmer aus 132 Ländern aktiv, 142 Unternehmen aus 24 Ländern stellten aus und 230 Digital-Events mit insgesamt 4240 Minuten Dauer fanden statt. Im Zentrum der Veranstaltung standen laut der Messegesellschaft v. a. Vernetzung, Wissensaustausch, hochkarätige Inhalte, ein umfangreiches Rahmenprogramm sowie Produktinnovationen der 142 beteiligten Unternehmen.

Über 10.000 Leads

Eine wichtige Funktion der Plattform war die Möglichkeit zum Networking. Insgesamt gab es laut Veranstalter über 80.000 Chats und Audio-Video-Calls. Während der Veranstaltungsdauer seien auch mehr als 10.000 Leads generiert worden. Es fanden 230 Digital-Events mit insgesamt 4240 Minuten Dauer statt, die rund 100.000 Visits aus 132 Ländern hatten.



Alle Digital-Events generierten 3,5 Terabyte an Video-Rohmaterial (Bild: Koelnmesse).

Als Grund für die hohe Internationalität der digitalen Ausgabe nennt die Messgesellschaft insbesondere die eigene Kommunikationsstrategie: Mit Fokussierung auf eine breit angelegte, konsistent abgestimmte Digital-Werbekampagne sei für eine hohe Sichtbarkeit der Veranstaltung gesorgt worden. Die so erzeugte Reichweite habe viele Entscheider aus der Einrichtungsindustrie erreicht.

Hybride Messe-Zukunft

»Für uns als Koelnmesse, aber auch für die Aussteller waren die letzten vier Tage eine steile Lernkurve«, wird Oliver Frese zitiert, COO der Koelnmesse. »Dabei haben sich sicher einige zentrale Punkte herauskristallisiert: Zum einen muss der Zugang zu einer Plattform für die User so einfach und komfortabel wie möglich sein, zum anderen setzen sich am Ende immer gut aufbereiteter, spannender Content, eine intensive Vorbereitung, eine gute Präsentation und aktives Lead-Management durch. Das heißt, dass wir noch mehr darüber gelernt haben, welche Features und welche Themen die Besucher interessieren und bei welchen Showfloor-Inhalten und an welcher Stelle eines Streams besonders viele Zuschauer drangeblieben sind.« Die Messe wolle jetzt ihre Erfahrungen mit den Erfahrungen der Aussteller abgleichen, um im Zusammenspiel die digitale Plattform weiterzuentwickeln. Das Messekonzept der Zukunft sei aus Sicht der Koelnmesse hybrid. Zur »interzum 2023« sollen die digitalen Bausteine eine Ergänzung zur physischen Präsentation in den Hallen darstellen.

Hersteller aus dieser Kategorie
