Digitale Veranstaltungs-strategien und -formate

Dr. Christian Plenge
Executive Director Digital Strategy & Communication
Messe Düsseldorf GmbH

Messe Düsseldorf

Agenda

1. Digitale Transformation als Voraussetzung für digitale Wertschöpfung
2. Beispiele für Tools & Services
   … für unsere Besucher
   … für unsere Aussteller
   … für unsere Mitarbeiter und Partner
3. Von Hybrider Messe zur 365 Tagen Messe im Jahr

Agenda

1. *Digitale Transformation als Voraussetzung für digitale Wertschöpfung*
2. Beispiele für Tools & Services
   … für unsere Besucher
   … für unsere Aussteller
   … für unsere Mitarbeiter und Partner
3. Von Hybrider Messe zur 365 Tagen Messe im Jahr

Was verbindet die

Digitale Transformation und ein Containerschiff?



Was verbindet die

Digitale Transformation und ein Piratenschiff?



SELBER
agiler werden



- Prozesse entschlacken
- Systeme umbauen
- Silos in Organisation überwinden
- Kenntnisse/ Fähigkeiten erweitern
- Kulturelle Hürden abbauen

DIE FÄHIG-KEITEN
der Anderen aneignen



- Digitale Arbeits-weisen ergänzen
- Digitale Fähigkeiten der Messe ausbauen
- Digitale Wünsche der Kunden bedienen

PARTNER FINDEN
die neue Fähigkeiten mitbringen



- Vorhandenes Digitales Ecosystem nutzen
- Vernetzung in Region stärken
- Intensivere externe Komm. über digi. Themen
- Gründung der Future Trade Fair Initiative

ALTERNATIVE
Wertschöpfungs-modelle entwickeln



- Nutzung unserer Daten für neue Geschäfte
- Aufbau von digitalen Branchen-Communities
- Etablierung eines internen Innovationsteams

Unsere Digitale Transformation

Ein umfassendes Programm mit agiler Vorgehensweise zur Modernisierung



- 4 Handlungsfelder
- 15 Bausteine
- Aktuell 25 laufende Projekte
- Bereits 199 abgeschlossene Projekte
- Langfristige Roadmap für die Erneuerung großer Systeme (z.B. CRM, SAP, CMS)
- Jährliche Bewertung, was aktuelle das wichtigste für die Umsetzung ist

Rolle digitaler Services

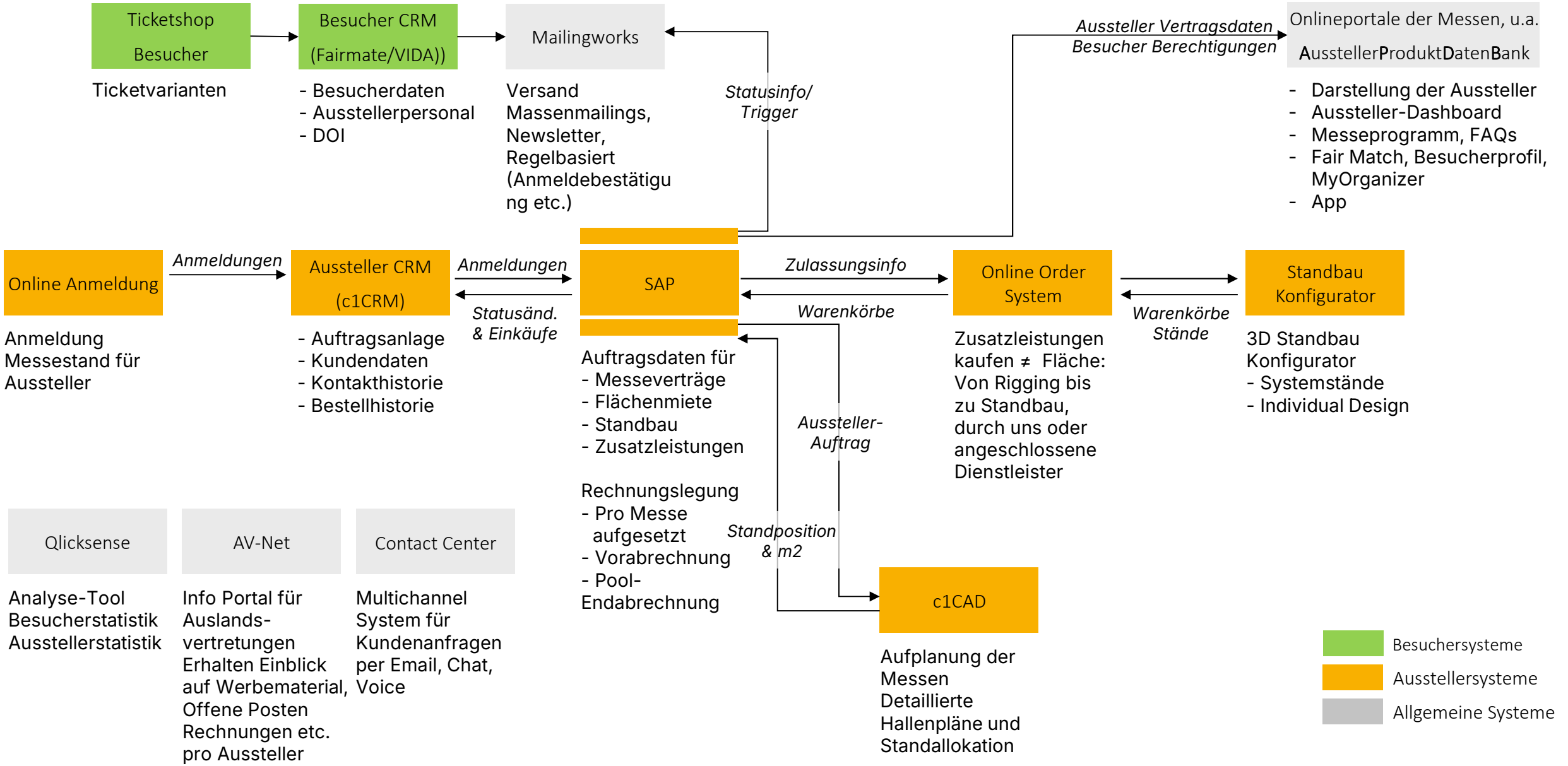
Unterstützung für unsere physischen Messen



- Effiziente Vorbereitung der Messen für die Besucher
- Orientierung auf dem Gelände
- Information über das Angebot vor und während des Besuchs
- Professionelle Nachbereitung

- Komfortable Anmeldung und Service-Buchung für Aussteller
- Effizienter Auf- und Abbau der Stände
- Lead-Generierung und Besucherstatistik
- Moderne Werbemöglichkeiten

Systemkette der Messe Düsseldorf



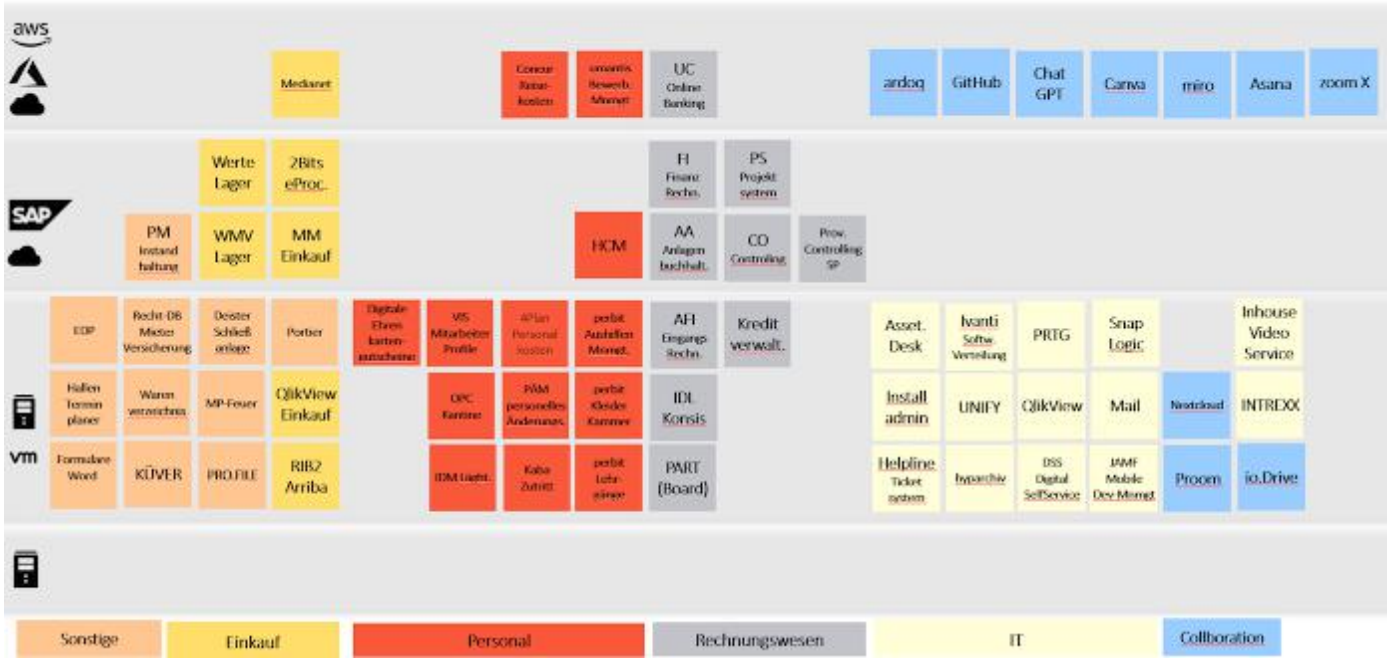
Unser Anwendungsportfolio

Mehr als 100 Anwendungen und Systeme versorgen Kunden und Mitarbeitende optimal

Kundensysteme
für Aussteller und Besucher



Interne Systeme
für alle Mitarbeiter



Informa – mächtiger Konkurrent

Übermächtig im Digitalen durch unerschöpfliche Ressourcen und Content von 220 Medien

- Bsp. aus 2024: Akquise von TechTarget mit 350 Mio. US$
- 50 Mio. bekannte Kunden mit B2B – Kaufinteresse mit Opt-In
- 220 digitale Medien zur B2B Ansprache
- > 760 eigene Industrieexperten in Technologiethemen (u.a. IT, Health, Finance, Retail, Government)
- > 480 Mio. US$ Umsatz mit „datengetriebenen Dienstleistungen“ zur B2B-Vemarktung
- ~100 Mio. US$ jährliche Digitalinvestition
- Digitale Angebote für jede B2B-Vertriebs- und Marketingaufgabe der B2B-Kundschaft



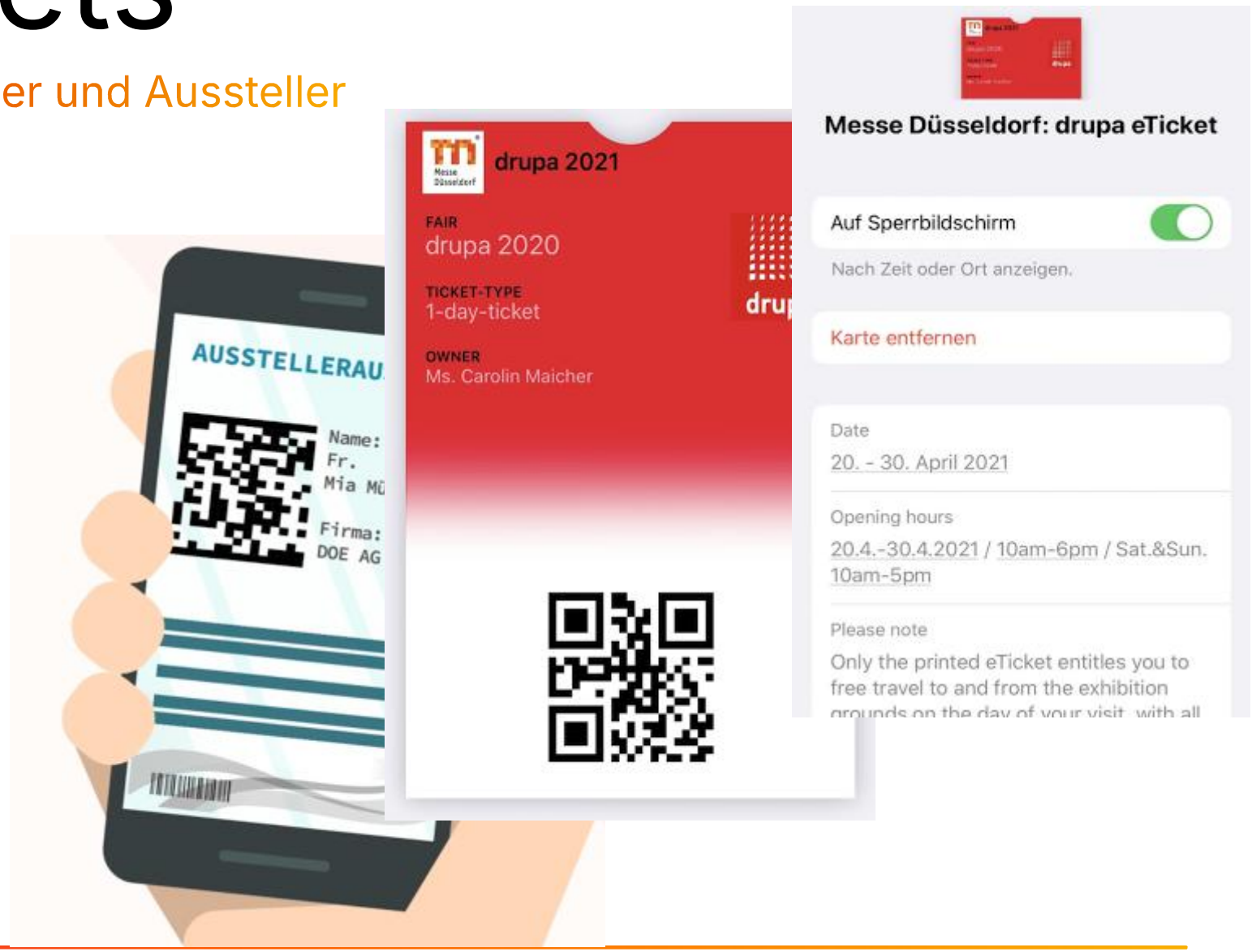
Agenda

1. Digitale Transformation als Voraussetzung für digitale Wertschöpfung
2. *Beispiele für Tools & Services*
   ... für unsere Besucher
   ... für unsere Aussteller
   ... für unsere Mitarbeiter und Partner
3. Von Hybrider Messe zur 365 Tagen Messe im Jahr

Digitale Tickets

Alles online und papierlos für Besucher und Aussteller

- 80% der Besucherausweise werden online gekauft. Bei manchen Fachmessen sind es sogar über 90%
- Neu seit 2020: Digitale Ausstellerausweise inkl. Personalregistrierung
- Eine der Voraussetzungen, den CARAVAN SALON 2020/2021 während Corona durchführen zu dürfen



Ticketshop

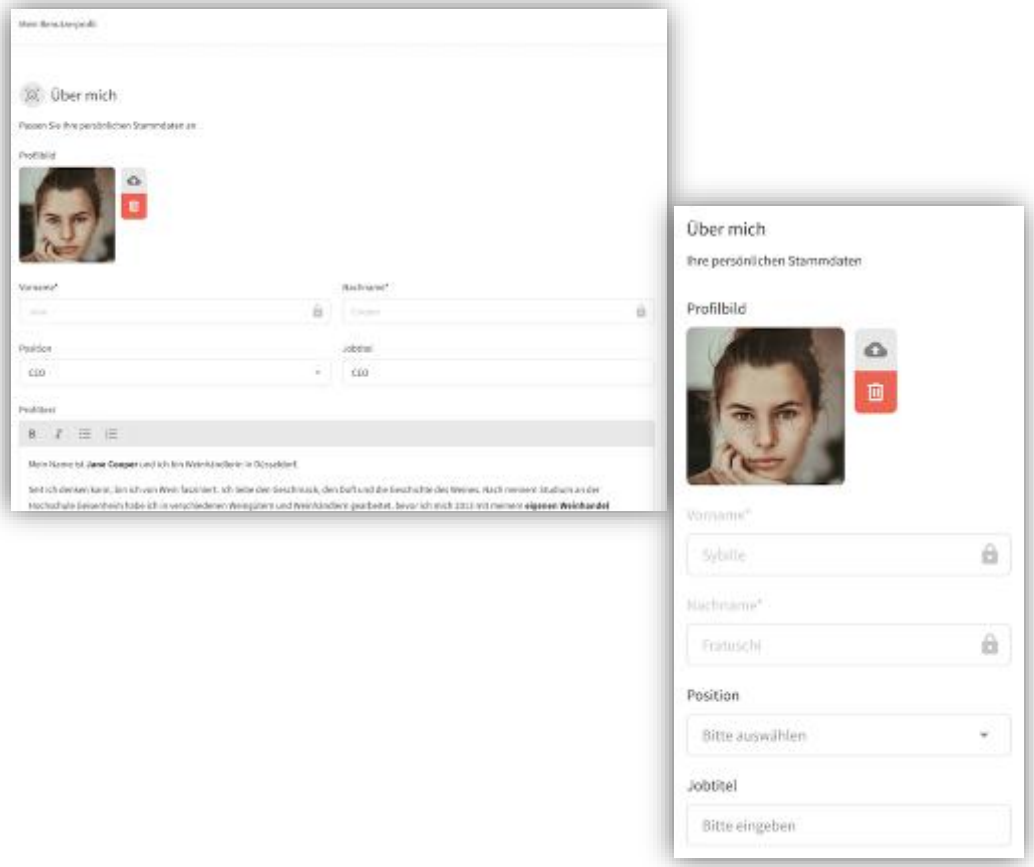
Stetige Optimierung von Zahlungsoptionen, Customer Experience und Barrierefreiheit

- Durch den Wechseln des Zahlungsdienstleister können wir unseren internationalen Besuchern nun länderspezifische Zahlungsoptionen anbieten.
- Die Konsolidierung der Ticketarten hat 25 % der Komplexität für den Kunden reduzieren.
- Weitere Vereinfachungen für die Kunden werden umgesetzt.
- Mit dem Start des Barrierefreiheitsstärkungsgesetzes (BFSG) am 28.06.2025 wurde der Ticketshop barrierefrei bedienbar.

Neues User-Profil

Einführung eines zentralen User–Profils für Besucher und Aussteller

- **Personalisierung:**
  Benutzer sollen in der Lage sein, weitere Informationen zu ihrem Account, wie persönliches Foto hochzuladen und Freitextinformationen über sich selbst bereitzustellen.
- **Kompetenzdarstellung:**
  Benutzer sollen ihre Kompetenzen und Fähigkeiten angeben können, um relevante Verbindungen zu erleichtern.
- **Benutzerfreundlichkeit:**
  Das User-Profil soll einfach zu erstellen, zu bearbeiten und zu verwalten sein.
- **Integration:**
  Systeme und deren Funktionen (Portal, Networking, Ticketshop) sollen integrativ sein.



Einführung ab: 03/ 2025 (ProWein)

Neues Matchmaking-Tool

Fair Match als vollintegriertes Angebot an Besucher und Aussteller

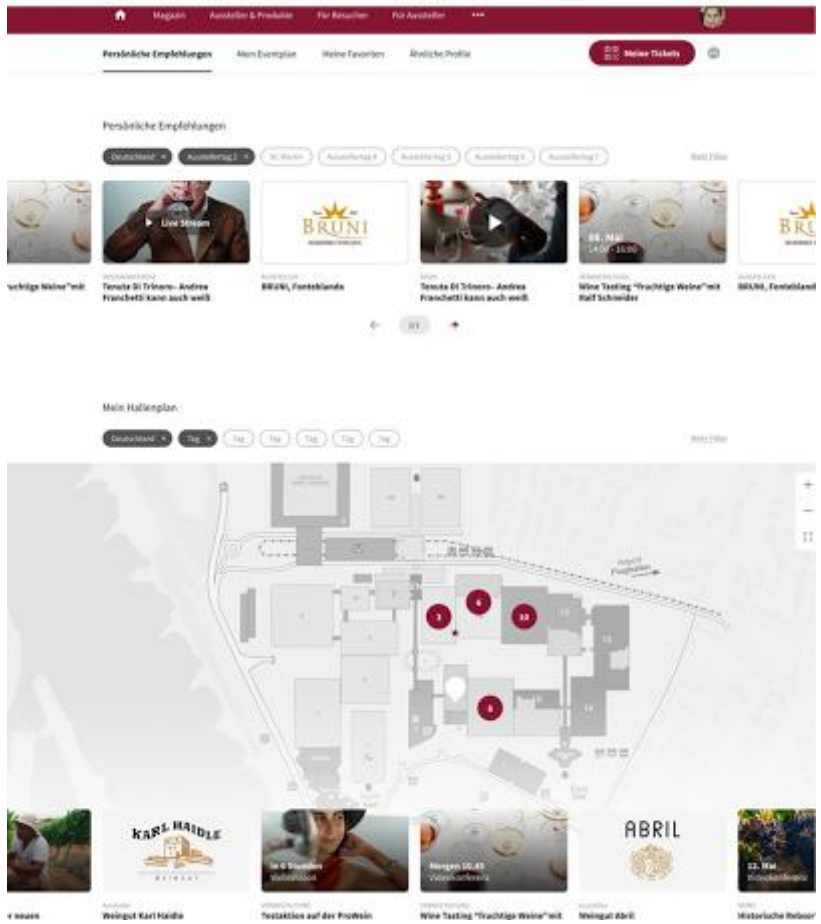
- Ablösung eines bisherigen externen Tools durch eine interne Lösung – alles aus einem Guss
- Schnellere Teilnahme durch Opt-in in die Registrierung
- Nutzung des neuen User Profils als Basis
- Dauerhafte Vernetzung von Teilnehmern auch außerhalb der Messelaufzeiten als 365-Tage-Service.
- Zugänglichere Funktionspalette durch vereinfachte Features
  - Netzwerk durchsuchen
  - Chat
  - Termine vereinbaren
- Im Portal und in der App



MyOrganizer

Der persönliche Messeplan

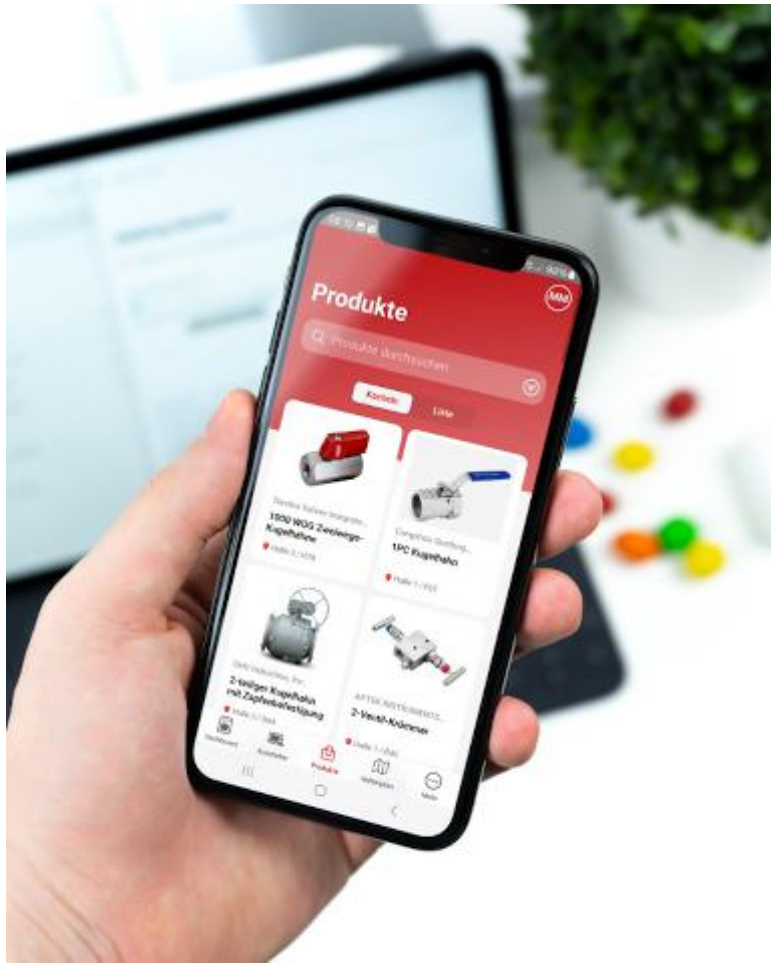
- Neuer, zentraler Anlaufpunkt für eine erfolgreiche Vorbereitung, Durchführung und Nachbereitung eines Veranstaltungsbesuchs
- Personalisierte Empfehlungen
- Neben Ausstellern ist es nun auch möglich Produkte, Events, Marken und Ansprechpartner zu




Flughafen
6
7A
7
9
10
11
12
13
5
4
3
17
16
15
14
1
Stadthalle
CCD Süd
South
Süd
Entrance Hall 17
Eingang Halle 17
East
Ost
P3
P6
P9

Unterwegs alles im Blick

Die neuen Messe Apps inkl. Hallenplan und MyOrganizer



- Aussteller & Produkte
  - Finden Sie schnell und einfach die passenden Aussteller und Produkte
- Persönliche Empfehlungen
  - Die Persönlichen Empfehlungen in der App bieten maßgeschneiderte Vorschläge für Aussteller, Produkte und Events
- FairMatch
  - Vernetzen mit interessanten Kontakten und Terminvereinbarung für einen direkten Austausch.
- Events
  - Alle Events (Foren, etc.) auf einem Blick
- Ticket in der App
  - Event-Ticket jederzeit griffbereit auf dem Smartphone
- myOrganizer
  - Speichern und verwalten von Ausstellern, Produkten und Events in myOrganizer.
- Interaktiver Hallenplan

Digital Signage

Alles auch auf unsere D:VIS Stelen



KI-Chatbot im Kundenservice

Skalierbarer 24/7 Zugang für Messebesucher und Aussteller

Seit Pilotprojekt (Medica 2025) als Standard-Kanal für alle Veranstaltungen etabliert (aktuell 15 Chatbots)

Sichtbarkeit der aktuellen Kundenbedürfnisse und Reibungspunkte (Orientierung, Tickets und Login, Aussteller und Programmpunkte)

Erfolg und Antwortqualität hängt von gut strukturierten Website-Inhalten ab

Entlastung des Kundenservice in Spitzen- und Randzeiten (30 % Nutzung außerhalb der Servicezeiten)

Über 36.000 Chats im ersten Messehalbjahr

65% aller Anfragen werden in max. 2 Messages beantwortet

Nächste Entwicklungsschritte: Chatbot als Lernsystem für den gesamten Kundenservice und belastbares Bild für Service- wie Website-Optimierungen

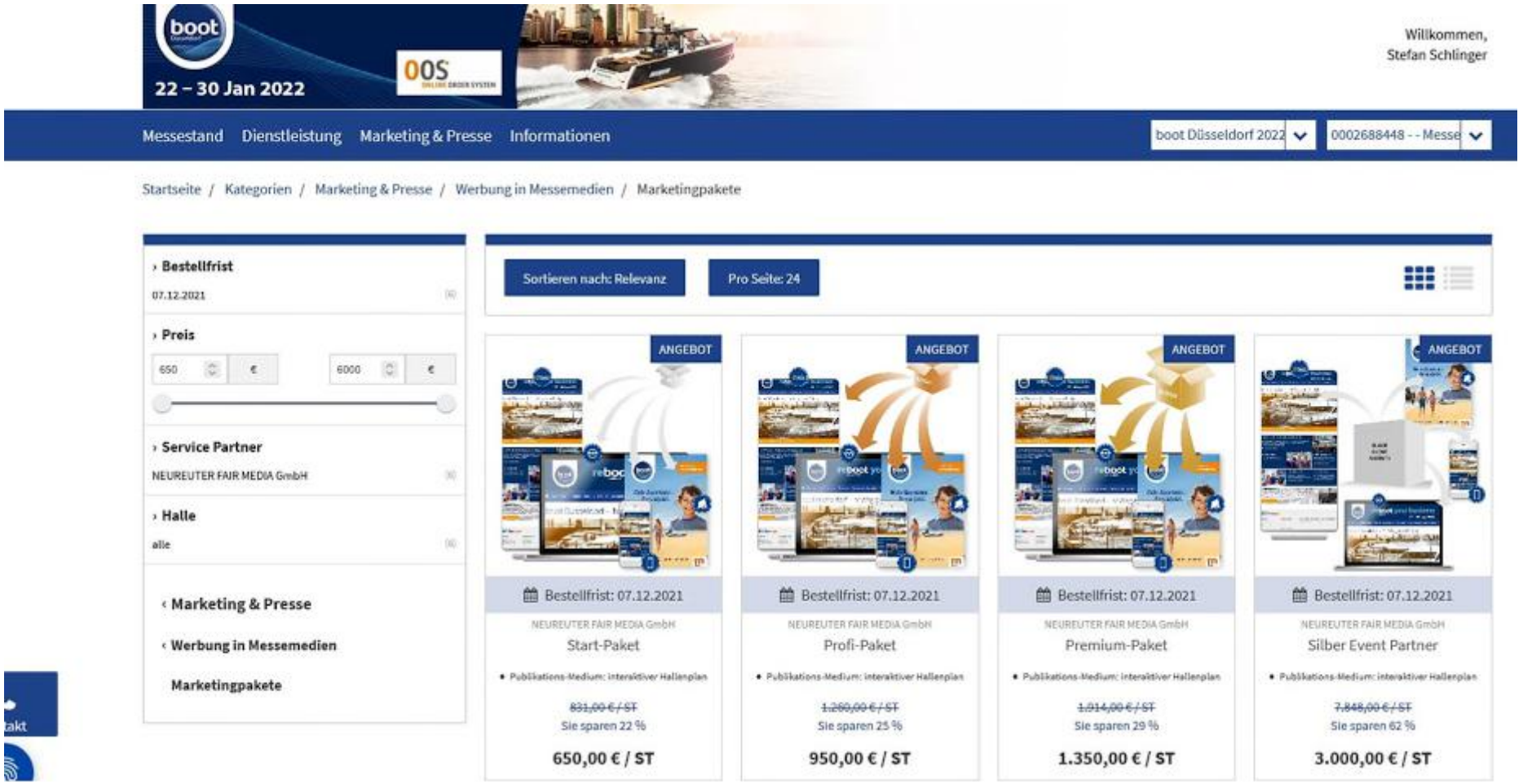


Agenda

1. Digitale Transformation als Voraussetzung für digitale Wertschöpfung
2. *Beispiele für Tools & Services*
   … für unsere Besucher
   … *für unsere Aussteller*
   … für unsere Mitarbeiter und Partner
3. Von Hybrider Messe zur 365 Tagen Messe im Jahr

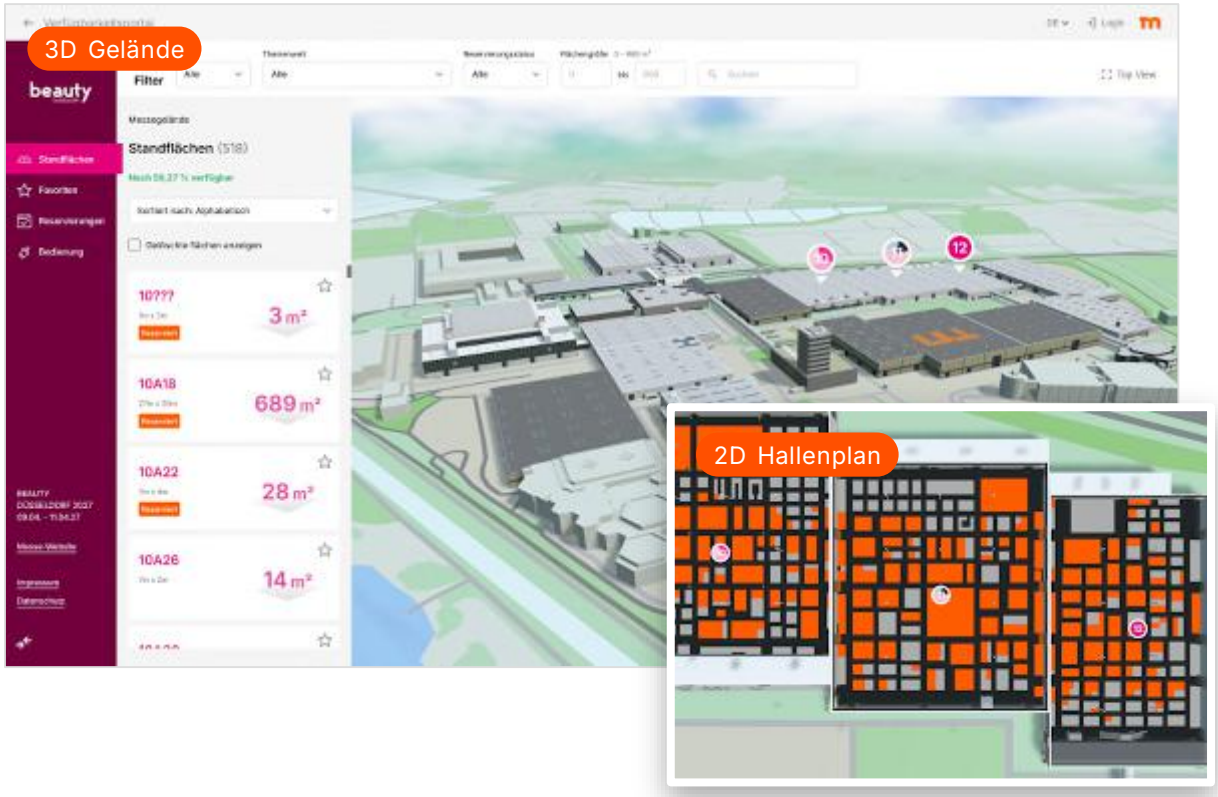
Online Shop für Aussteller

Alle Produkte für die Organisation der Messebeteiligung an einer Stelle



2D / 3D Verfügbarkeitsportal

Live sehen, welche Fläche frei ist – und sie direkt im Gespräch reservieren



- Live-Standplan im Internet: Jeder sieht in Echtzeit, welche Flächen noch frei sind – ohne Login.
- Gesamtes Gelände in 3D, jede Halle als 2D-Plan mit Maßen, Suche und Filter.
- Reservieren im Kundengespräch: Sales und Referate wählen mit dem Aussteller eine Fläche und reservieren sie per Klick.
- Täglich automatisch aktuell aus c1CAD – Anmeldung, CRM und SAP laufen wie bisher.
- Sofort einsetzbar, auch bevor Preise und Teilnahmebedingungen feststehen – ein Alleinstellungsmerkmal bei neuen Veranstaltungen.

spaces.messe-duesseldorf.de

3D Standbaukonfigurator

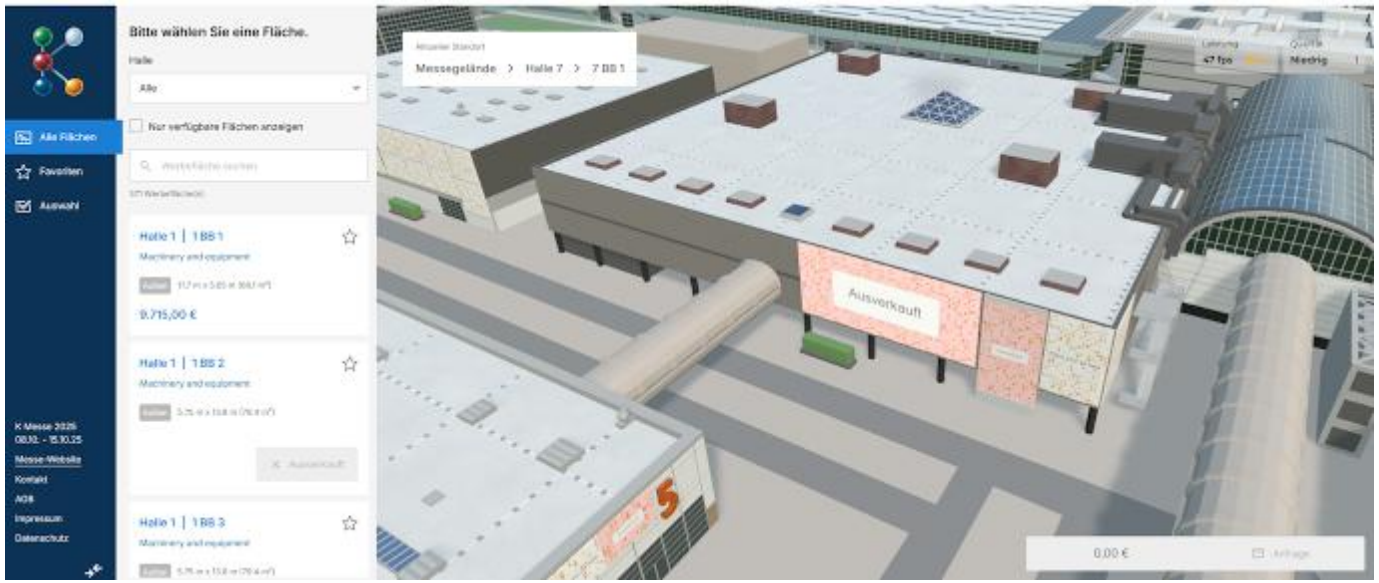
Aussteller können sich ihren Messestand selbst zusammenstellen



- Weltweit erster 3D Standbaukonfigurator
- Visualisiert in Echtzeit den vom Aussteller konfigurierten Messestand und errechnet den Preis dafür.
- Deckt Standtypen in 30 Designs und eine großen Anzahl von Möbeln und Accessoires ab
- Hat der Aussteller seinen Stand fertig konfiguriert, kann er sich in 3D anschauen, wie sich sein Stand in der Halle präsentiert.
- Wird auch bei allen Online-Anmeldungen genutzt und der Warenkorb automatisiert an SAP übertragen.

3D Werbeflächenkonfigurator

Neue buchbare Werbeflächen für Aussteller



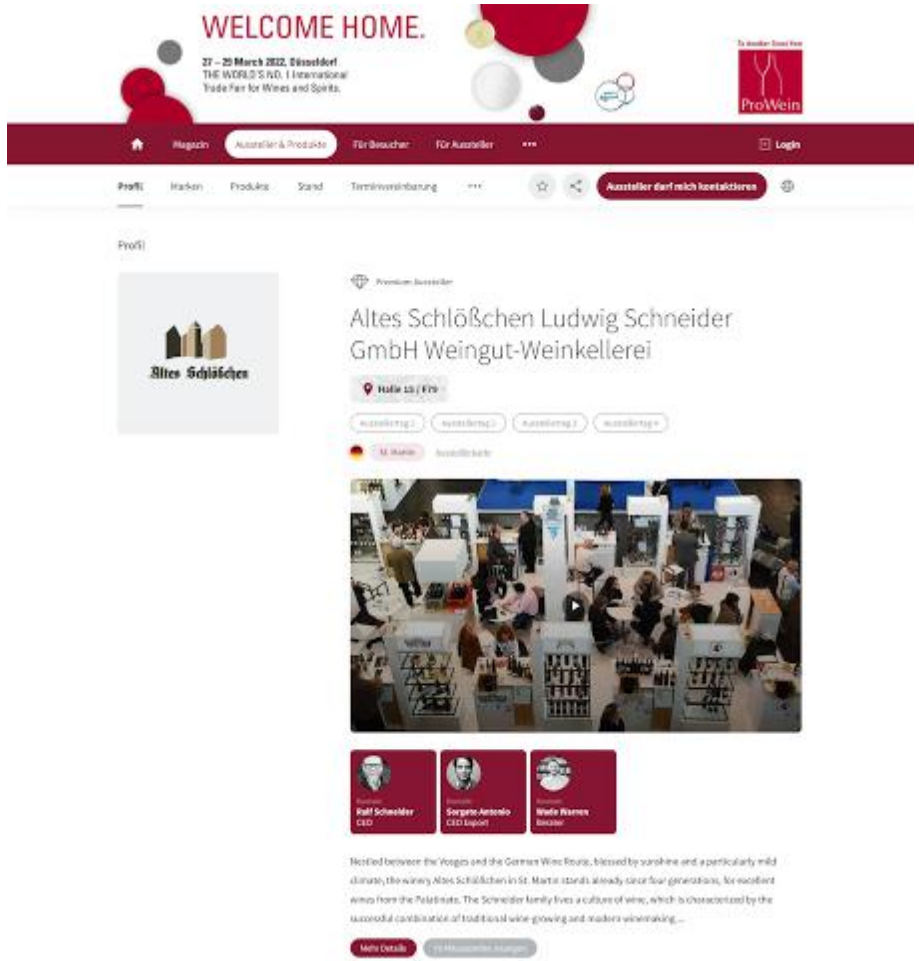
https://ads.messe-duesseldorf.de/home

- Die einmalige Fähigkeit der 3D-Darstellung und Interaktion wird für weitere Services verwendet.
- Das gesamte Gelände wurde innen und außen erfasst, so dass ein 3D Abbild der Messe entstand.
- Die von Ausstellern buchbaren Werbeflächen sind dort nun eindeutig verortet.
- Der Aussteller kann zur Probe sein gewünschtes Motiv hochladen und die Wirkung bewerten.
- Aus dem Modul heraus wird der Preis und ein Auftrag für den Onlineshop kreiert.

Ausstellerprofil

Die Visitenkarte des Ausstellers: Modern, vielseitig und einfach zu pflegen

- Neues Design und verbesserte Nutzererfahrung
  - Attraktive Aussteller- und Produktpräsentation
  - Schneller Überblick
  - Merken von weiteren Ausstellerinformationen (Produkte, Personen, Events etc.)
- Dem Aussteller Lust machen, das Profil zu pflegen
- Leadgenerierung für Aussteller

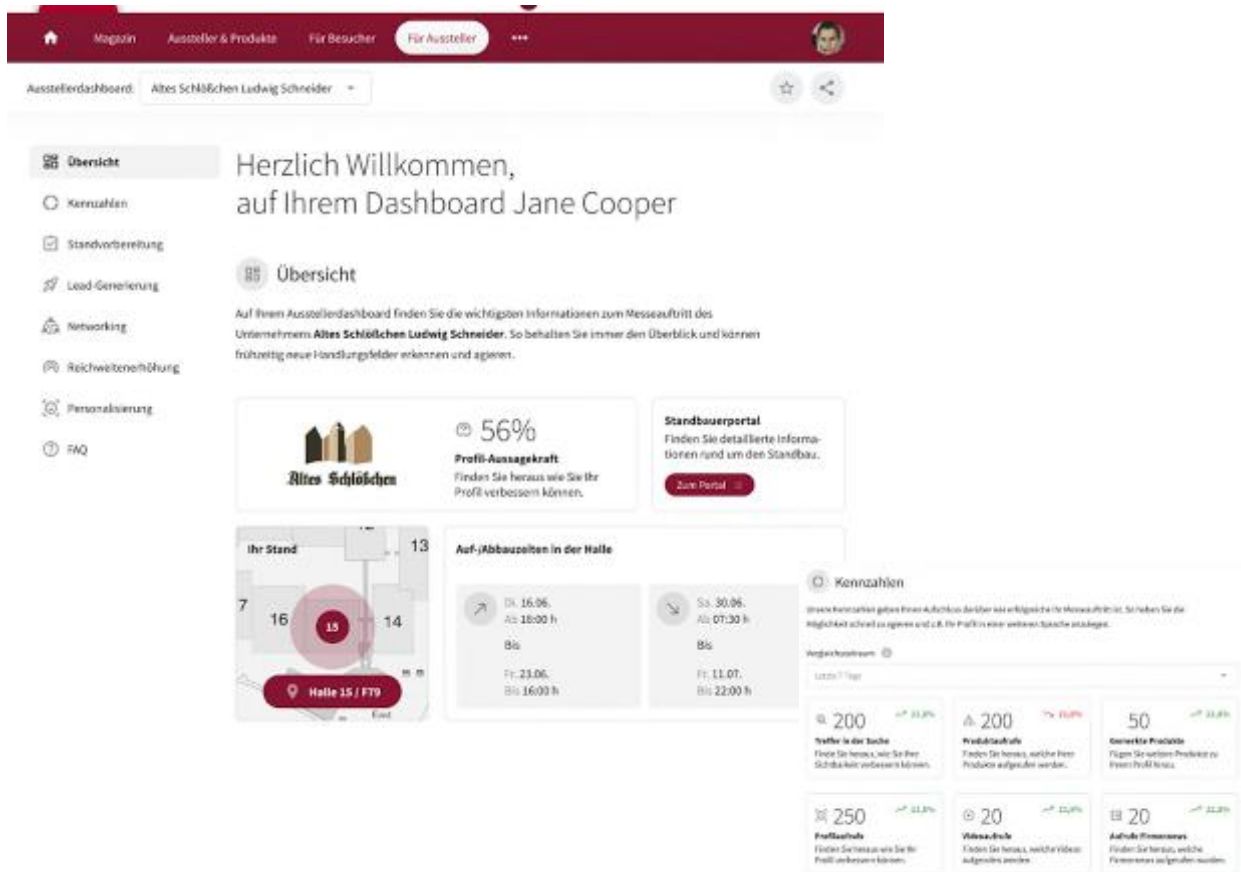


Aussteller Dashboard

Alle Kennzahlen zur Messebeteiligung an einer Stelle für den Aussteller

Neues zentrales Tool für jeden Aussteller, um einen erfolgreichen Messeauftritt zu organisieren

- Checkliste zur Nachverfolgung der erledigten und noch anstehenden Schritte/Aufgaben
- KPI-Übersicht zur Erfolgsmessung
- Erwerb von relevanten Produkten und Dienstleistungen zum passenden Zeitpunkt



Scan2Lead

Besucherdaten – überall und jederzeit



Das LKW-Leitsystem

3000 40-Tonner pro Tag müssen koordiniert werden



Digitale Parktickets für Aussteller

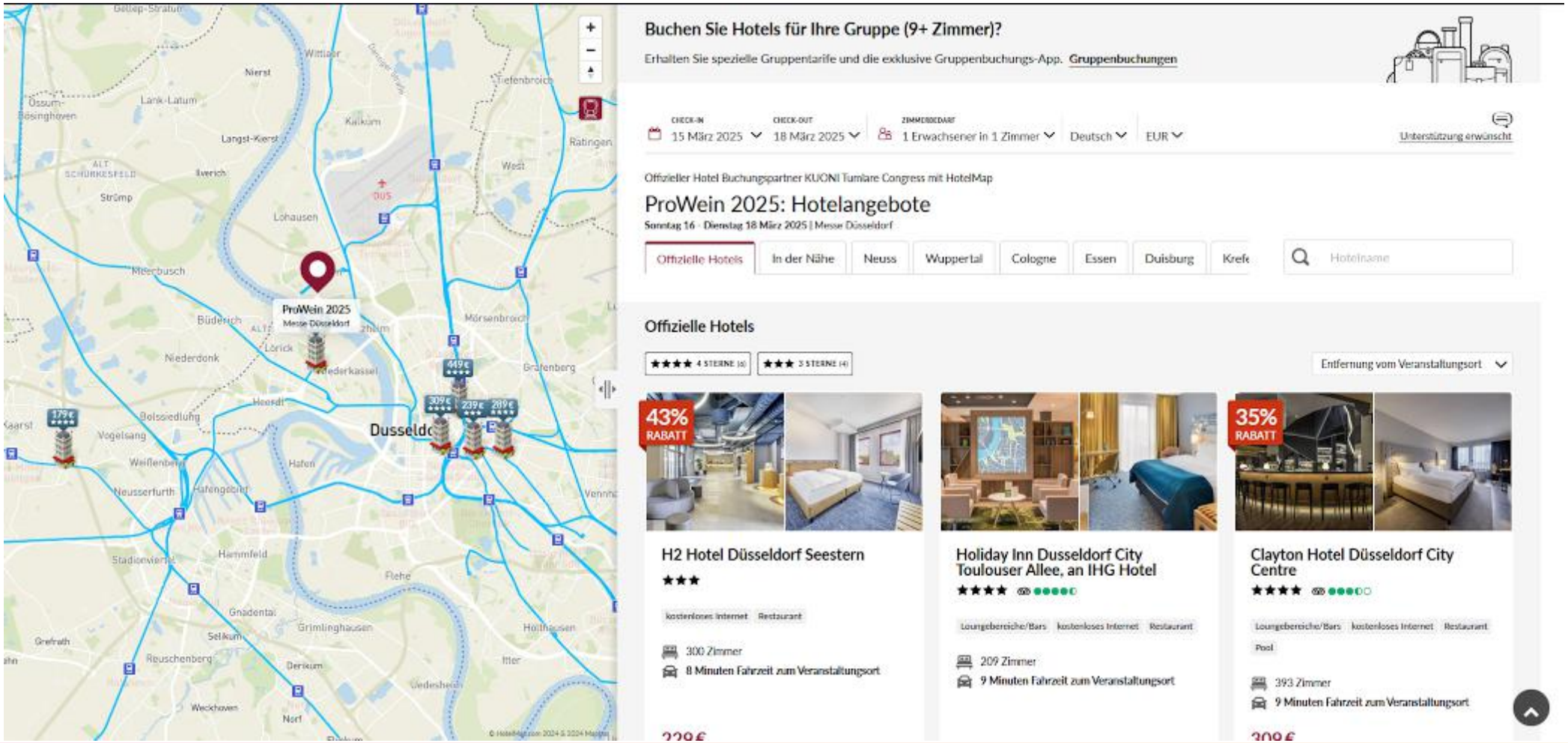
Flächenmanagement auch für Kleinverkehre notwendig



- Logistik für Auf-/Abbau und Veranstaltungslaufzeit ist ein Kernprozess
- Ausstellerparken während der Laufzeit ist ein Teil davon
- Zustellung per E-Mail bzw. zur Verfügungstellung im Downloadbereich des Aussteller-Onlineshop
- Herausforderung:
  - Selbstdruck durch Logistiker unzuverlässig
  - Steuerung der Verkehre auf dem Gelände mit Parkkarten in schwarz/weiß

Eigene Hotelbuchungsplattform

Adressiert die größte Kritik am Standort Düsseldorf



Werbeoptionen für Aussteller

Neugestaltete Produktpyramide bietet den Ausstellern passgenaue Optionen

- Exclusive Packages
  „Einer von wenigen“

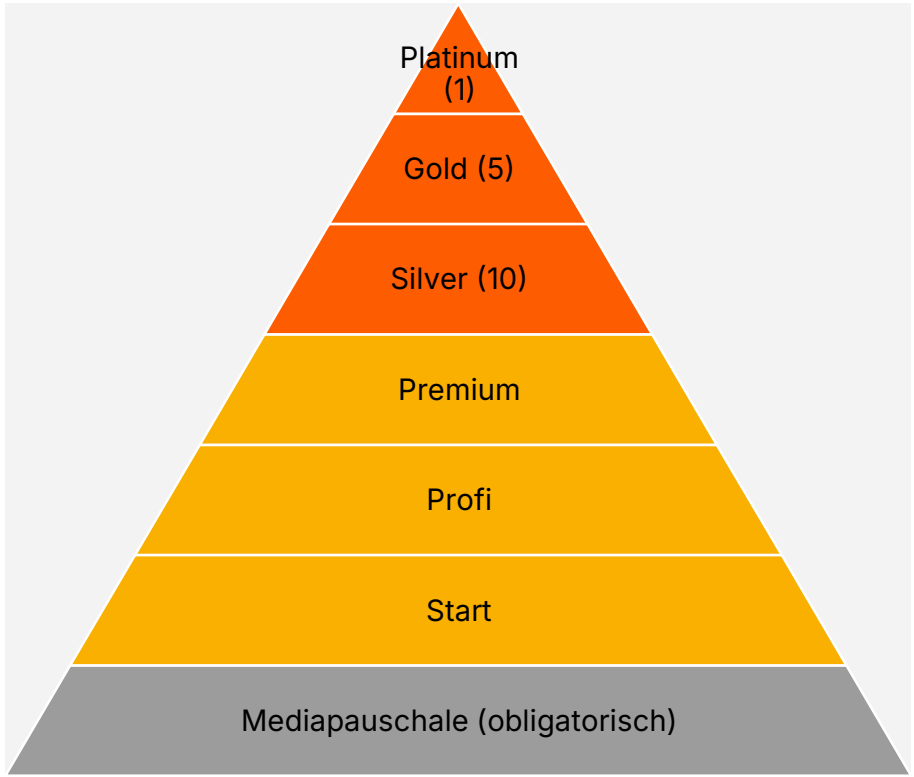
  Nutzen: Herausragende Sichtbarkeit und Werbewirkung für eine eng limitierte Zahl von Ausstellern (gesamt 16)
  Zielgruppe: A-Kunden

- Essential Packages
  „Einer, der aus der Menge hervorsticht“

  Nutzen: Bessere Auffindbarkeit durch Hervorhebung
  Zielgruppe: Alle Aussteller, Ziel 40 Prozent der vermarktungsrelevanten Aussteller

- Mediapauschale
  „Einer von vielen“

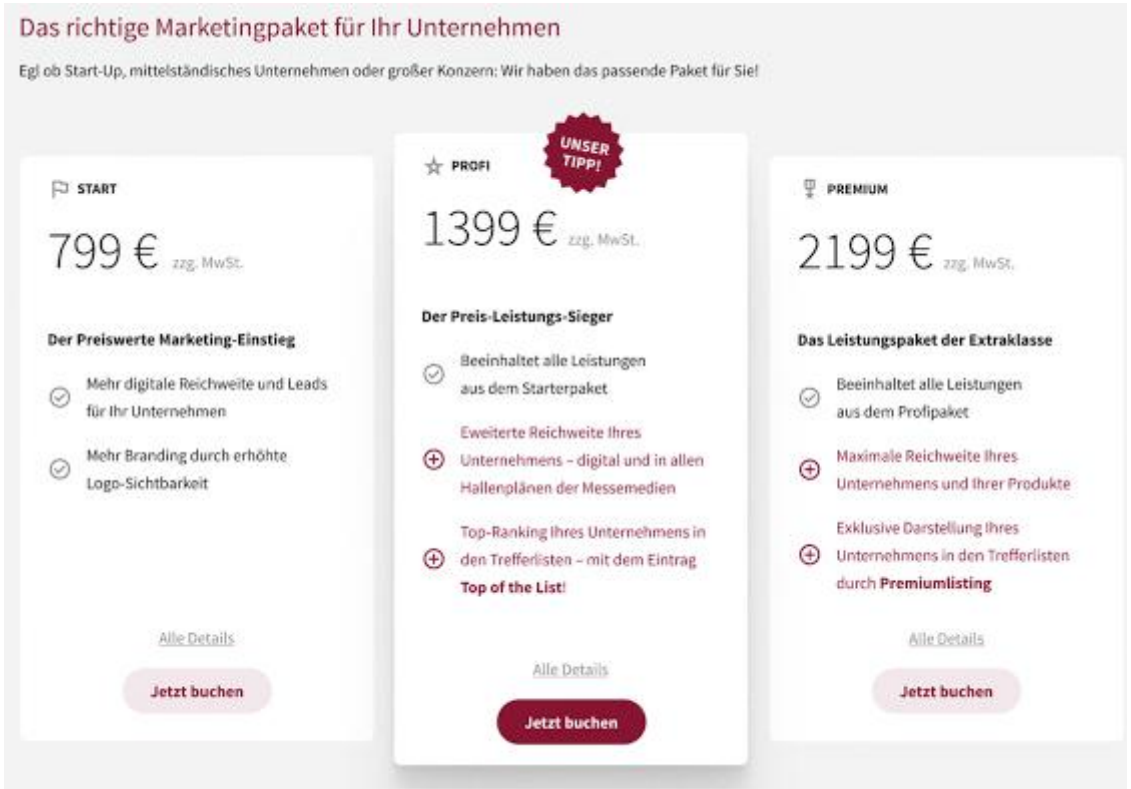
  Nutzen: Listung als Aussteller mit Basis-Informationen in allen Messemedien.
  Zielgruppe: Alle Aussteller (verpflichtend)



Marketingpakete

Inhaltlich sauber abgegrenzt und professionell vermarktet

- Hervorhebung unserer exklusiven Reichweite
- Differenzierung und Vorteilsargumentation der einzelnen Pakete
- Empfehlung eines Pakets, um den Kunden zu führen
- Pakete im Detail für einen detaillierten Blick auf die Unterschiede
- Klare Call2Action zum Kauf des Produkts
- Möglichkeit der Kontaktaufnahme



Medienpauschale

Unserer Reichweite als digitale Währung

- Festlegung einheitlicher Leistungsbestandteile über alle Messen
- Festlegung Preislinien durch Pricing Experten mit moderater Anhebung
- Jährliche Überprüfung (Benchmarking gegenüber Wettbewerb) der Pauschale
- Neue Produktpositionierung über die digitale Reichweite der Messen



Agenda

1. Digitale Transformation als Voraussetzung für digitale Wertschöpfung
2. *Beispiele für Tools & Services*
   … für unsere Besucher
   … für unsere Aussteller
   … *für unsere Mitarbeiter und Partner*
3. Von Hybrider Messe zur 365 Tagen Messe im Jahr



Digitale Ausstattung der Mitarbeiter

Ertüchtigung aller Mitarbeiter zu flexibler und mobiler Arbeit über moderne Laptops, iPhones und ausreichend VPN Kapazität.



Mobiles Arbeiten-Zoom

Zoom ist ein zentrales, weit verbreitetes Tool geworden, um die Zusammenarbeit verteilter Teams zu ermöglichen. Die BV „Mobiles Arbeiten“ ermöglicht im Prinzip 5-Tage-Homeoffice.



Kollaborationstool

Allen Teams steht mit Asana eine Plattform zur Verfügung, in der alle Aufgaben, Dokumente, Projektplanungen und Diskussionen an einer Stelle verfügbar sind – extrem breite Nutzung erreicht.



IT Security

Zentrale Herausforderung, die Arbeits von verteilten Teams, verteilten Daten und einer weltweiten Organisation zeitgemäß abzusichern



Datenschutz

Die Verstärkung mit einem externen Team als Datenschutzbeauftragte erweitert die Möglichkeit, Datenschutz angemessen zu berücksichtigen.

Kollaboration mit Asana

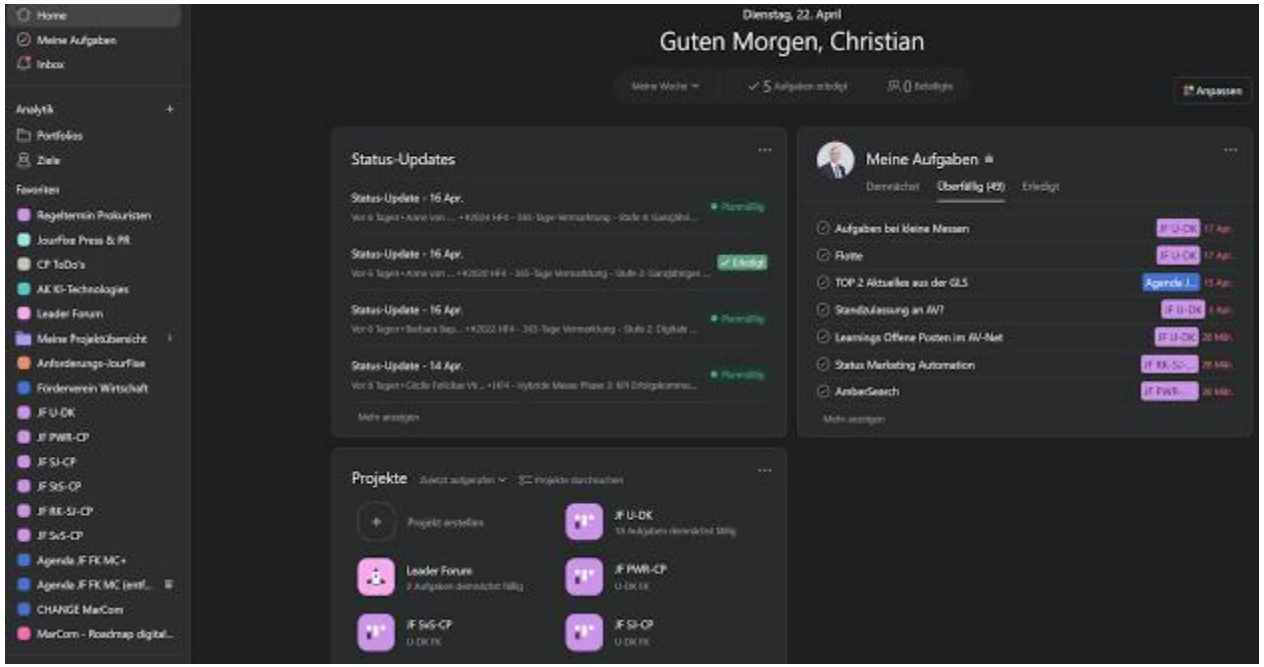
Mobiles Arbeiten und Asana als zentrales Tool für Projekte und individuelle Arbeitsorganisation

🎯 Ziele

- Projekte besser strukturieren erfolgreicher durchführen
- Zusammenarbeit fördern und Abstimmung verbessern
- Transparenz schaffen für Zeitpläne, Fristen und Aufgeben

🛠️ Beispielhafte Einsatzbereiche bei uns:

- Anforderungsmanagement
- Projekte der Digitalen Transformation
- Social Media Planung
- Umsetzung des Strategieprogramms R1SE
- Steuerung Regeltermine



✅ Erfolg in Zahlen:

525	413	3.544	336.055
Mitglieder	Teams	Projekte	Aufgaben
↑ 5 in den letzten 30 Tagen	↑ 2 in den letzten 30 Tagen	Keine Änderung in den letzten 30 Tagen	↑ 8.744 in den letzten 30 Tagen

IT-Sicherheit

Interner IT-Sicherheitsverantwortlicher verbessert ständig das Schutzniveau

- Absicherung und Vorbereitung für einen Cyberangriff wurden – auch personell – intensiviert.
- Gezielte Krisenstabsübung helfen, organisatorische Veränderungen abzuleiten.
- Insgesamt wurden seit 2023 über 20 Security-Initiativen ins Leben gerufen, welche die IT-Sicherheit in allen Bereichen signifikant verbessern sollen.
- Maßnahmen sind:



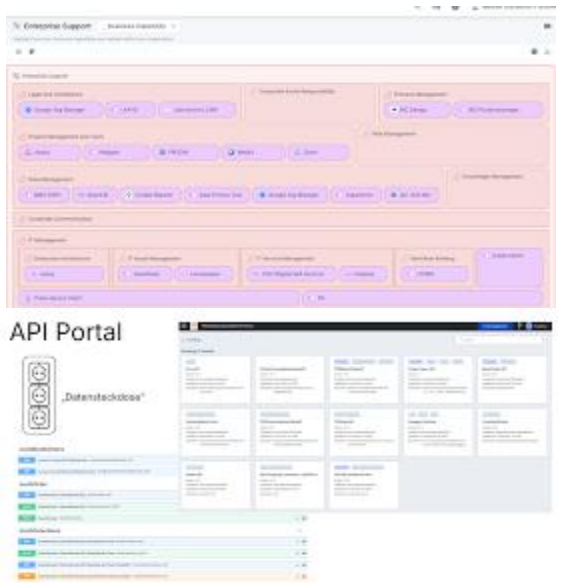
1) Incident Response: Ein Dienstleister unterstützt ab Q4/25 im Ernstfall eines kritischen Angriff vor Ort (Verfügbarkeit 24/7).
2) DDoS-Schutz: Als Schutz gegen Distributed Denial of Service Attacken werden wirksame Maßnahmen beim Internetanbieter etabliert.
3) Sensibilität der Belegschaft in Bezug auf den Umgang mit verschiedenen Angriffstechniken über diverse Kommunikationskanäle wie z.B. E-Mail, Telefon, etc. wird gestärkt.
4) Einführung der 2-Faktor-Authentifizierung ist umgesetzt, sodass bei einem Verlust der Zugangsdaten (Benutzername und Passwort) eine Kompromittierung minimiert wird.

Komplexitätsreduktion

Als zentrale Aufgabe der Digitalen Transformation verbessert sich die Agilität stetig

Enterprise Architektur und Schnittstellen

- Aktives Architekturmanagement sichert zukunftssichere Architekturen und Technologien.
- Fortschreitende Dokumentation der IT-Landschaft und breite Bereitstellung.
- >30 % der relevanten Schnittstellen bereits über neue Schnittstellentechnologie.
- Anbindung von Partnern über modernes API-Portal.



Prozessmanagement

- Das Wissen über Prozesse ist erfolgskritisch z.B. bei Nachfolgen und Einarbeitungen
- Zentrales Prozessportal mit allen relevanten Prozessen für die gesamten Organisation
- Stetige Verbesserung durch Process-Owner und Governance-Strukturen.



Organisation der KI-Nutzung

KI-Forum und Beispiele

KI-Forum

Welcome | Spielregeln | Freigegebene Verwendungen | Freigegebene Tools | Vorschläge neue Verwendungen | Wissen & News

Herzlich willkommen auf der Informationsseite für Künstliche Intelligenz (KI)



Willkommen auf unserer neuen Intranetseite zum Thema KI-Technologien und deren Verwendung in unseren Unternehmen. In einer Welt, die sich ständig weiterentwickelt, ist es unerlässlich, dass auch wir uns weiterentwickeln und die neuesten Technologien nutzen, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Die Einführung von Künstlicher Intelligenz (KI) in unseren Unternehmen ist ein entscheidender Schritt in diese Richtung.

Warum führt das Unternehmen KI ein?

Der Einsatz von KI-Technologien ermöglicht es uns, Prozesse zu optimieren, Effizienz zu steigern und innovative Lösungen für die Herausforderungen unserer Zeit zu entwickeln. KI kann uns dabei helfen, Daten besser zu verstehen, Entscheidungen schneller zu treffen

Beispiel „PM“ mit ChatGPT

Usecase	Prompt	Ergebnis	Bewertung
Pressemitteilung erstellen Jedes Jahr werden ähnliche Pressemeldungen zu Awards oder Bühnen geschrieben. Hier braucht es immer frische Wordings.	1. Bitte erstelle mir auf Basis dieser Landing Page eine Pressemitteilung zum Anmeldestart für den Award "Permanent Beauty Masters 2025". Empfänger der Pressemitteilung sind Fachmedien aus dem Bereich B2B Beauty / Salonbetreiber und Selbständige im PMU Bereich. Anbei auch die Pressemitteilung aus dem letzten Jahr als Orientierung. Quelle: LINK Zur alten PM 2. Diverse Nachfragen zu Überschriften, Kürzungen, ansprechenderen Duktus, Statements	Es entsteht ein neuer Text, der überprüft und sprachlich gekürzt wird. Dann wird der Text ggf. noch in Deepl Write gecheckt auf Verbesserungspotenzial.	Die Qualität des Ergebnisses ist teils sehr gut, wichtig ist, Infomaterial einzureichen. Die Zeitersparnis beträgt sicherlich eine halbe Stunde.

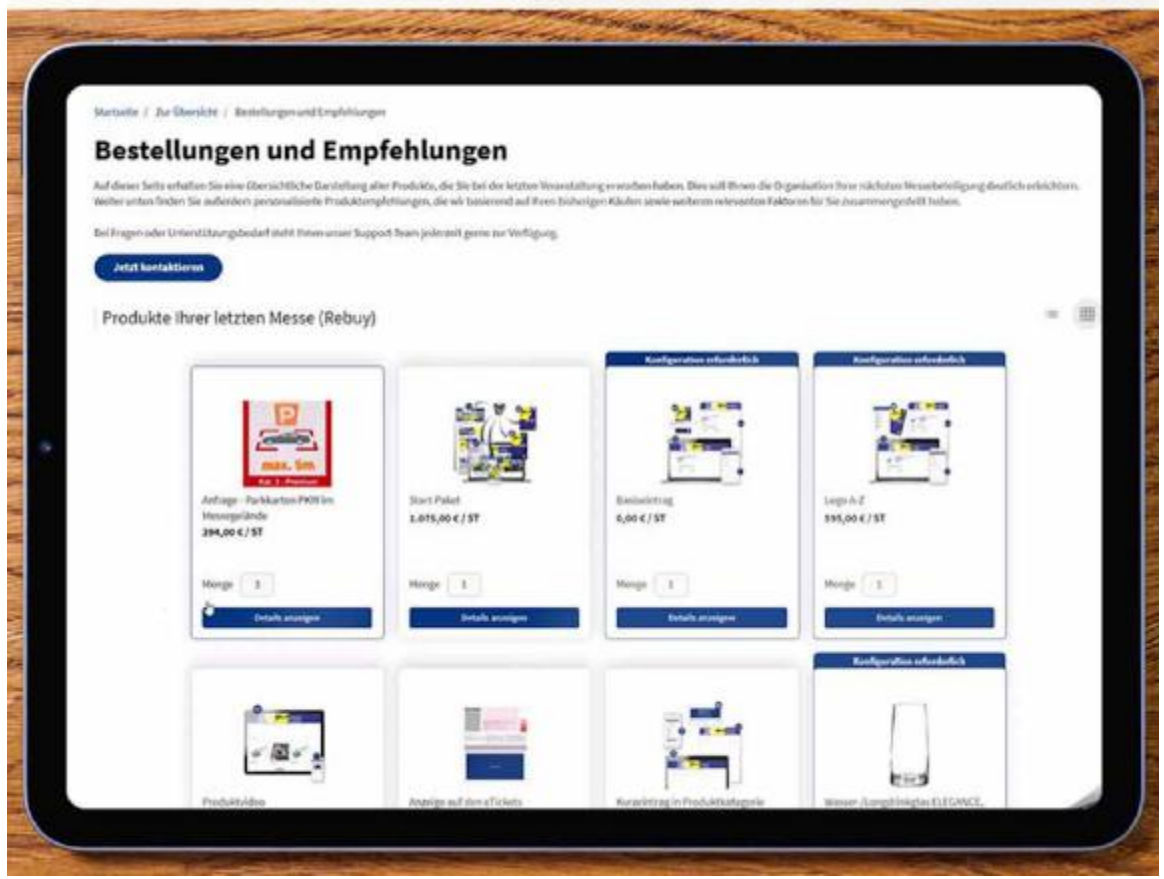
Beispiel für Use Case ChatGPT

Usecase	Prompt	Ergebnis	Bewertung
Die Erstellung eines Logos/Icons für Mitarbeitendenbefragungen. Dabei sollten verschiedene KI-Tools wie Ideogram, Leonardo.ai und DALL-E von ChatGPT genutzt werden.	Erstelle ein minimalistisches Logo/Icon für eine Mitarbeitendenbefragung. Das Design sollte moderne Elemente enthalten, die das Thema Feedback und Zusammenarbeit widerspiegeln. Verwende Symbole wie Sprechblasen, eine Gruppe von Personen oder ein Fragezeichen, um den Aspekt der Befragung darzustellen. Verwende klare, minimalistische Formen und eine Farbkombination, die für ein Unternehmensumfeld geeignet ist. Das Design sollte sowohl digital als auch für den Druck gut einsetzbar und auf verschiedenen Medien gut lesbar und erkennbar sein.	Es hat länger gedauert, bis ein zufriedenstellendes Ergebnis generiert wurde, aber es war eine Basis, mit der man arbeiten konnte.	KI-Tools sind eine gute Hilfe bei (kreativer) Ideenfindung. Je nach Einsatz und Zweck können die Ergebnisse durchaus gut sein bzw. ausreichen. Kostenersparnis bei Kreativagenturen (viele, schnellere Entwürfe) jedoch keine individuellen und maßgeschneiderte Lösungen.

Produktempfehlungen im OOS

KI verknüpft Produkt-, Messe- und Bestelldaten zu intelligenten Produktempfehlungen

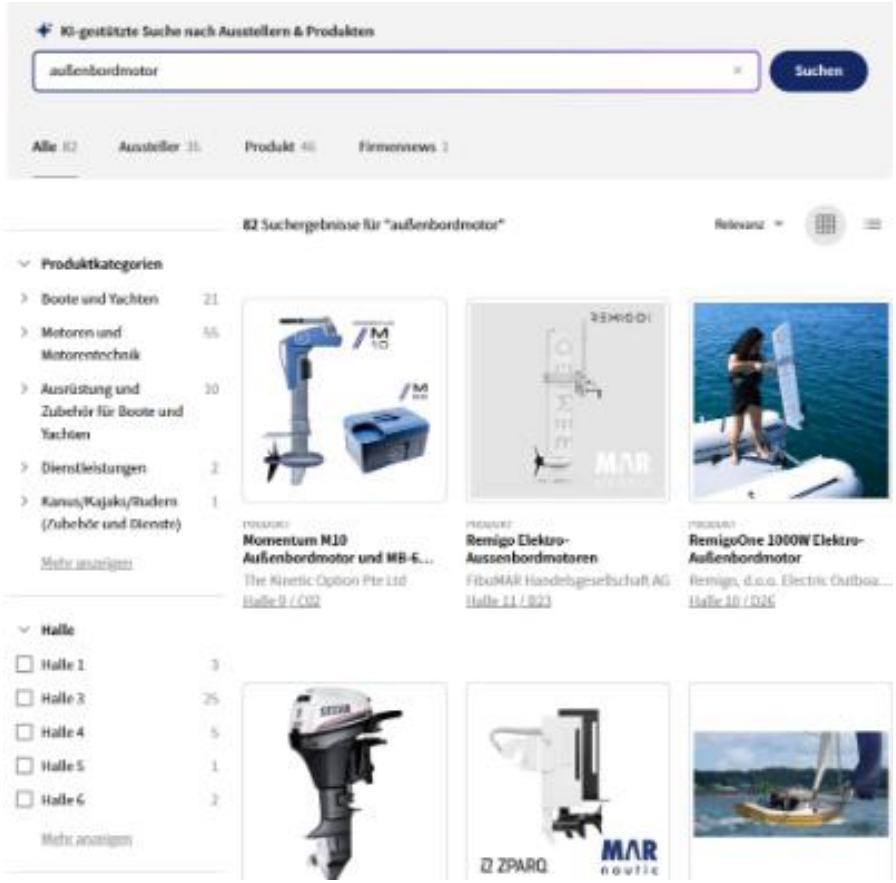
- KI-gestützte Datenaufbereitung: Anreicherung und Strukturierung von Messe-, Produkt- und Bestelldaten für eine intelligente Nutzung.
- Intelligente Produktempfehlungen: Automatische Auswahl passender und verfügbarer Produkte einschließlich KI-basierter Alternativvorschläge.
- Selbstlernendes Empfehlungssystem: Kontinuierliche Optimierung der Produktempfehlungen auf Basis von Bestellungen und Nutzerverhalten.
- Automatisierte Aktualisierung: Tägliche Synchronisierung der Datenbasis und intelligente Vermeidung von Doppelvorschlägen.



Messeportale: intelligente Suche nach Ausstellern und Produkten

KI hilft, nicht nur exakte, sondern auch verwandte Suchbegriffe anzuzeigen

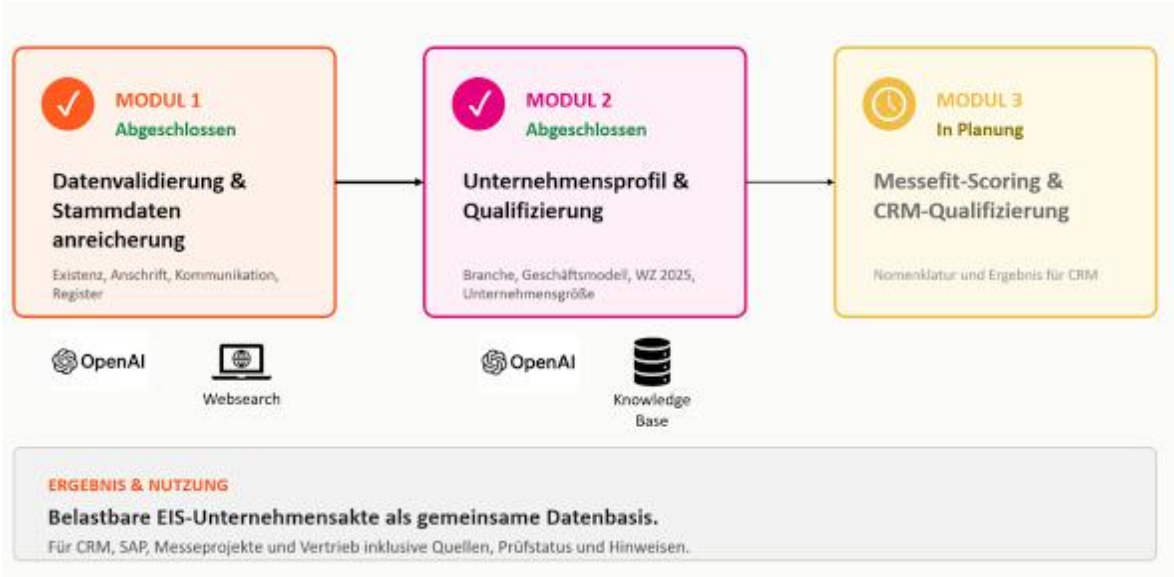
- Semantische KI-Suche: Erkennt Bedeutungen, Synonyme und Zusammenhänge statt nur exakter Suchbegriffe.
- Bessere Trefferqualität: Relevante Aussteller und Produkte werden auch bei umgangssprachlichen Begriffen, Synonymen oder Schreibfehlern gefunden.
- Mehr Sichtbarkeit für Aussteller: Gut gepflegte Inhalte werden häufiger bei passenden Suchanfragen ausgespielt und erhöhen so die digitale Reichweite.
- Bessere digitale Besucherführung: Präzisere Suchergebnisse ermöglichen eine schnellere Orientierung und führen die Besucher gezielter zu relevanten Angeboten.



Automatisierte Kontaktvalidierung CRM

Jeder Unternehmensdatensatz wird geprüft

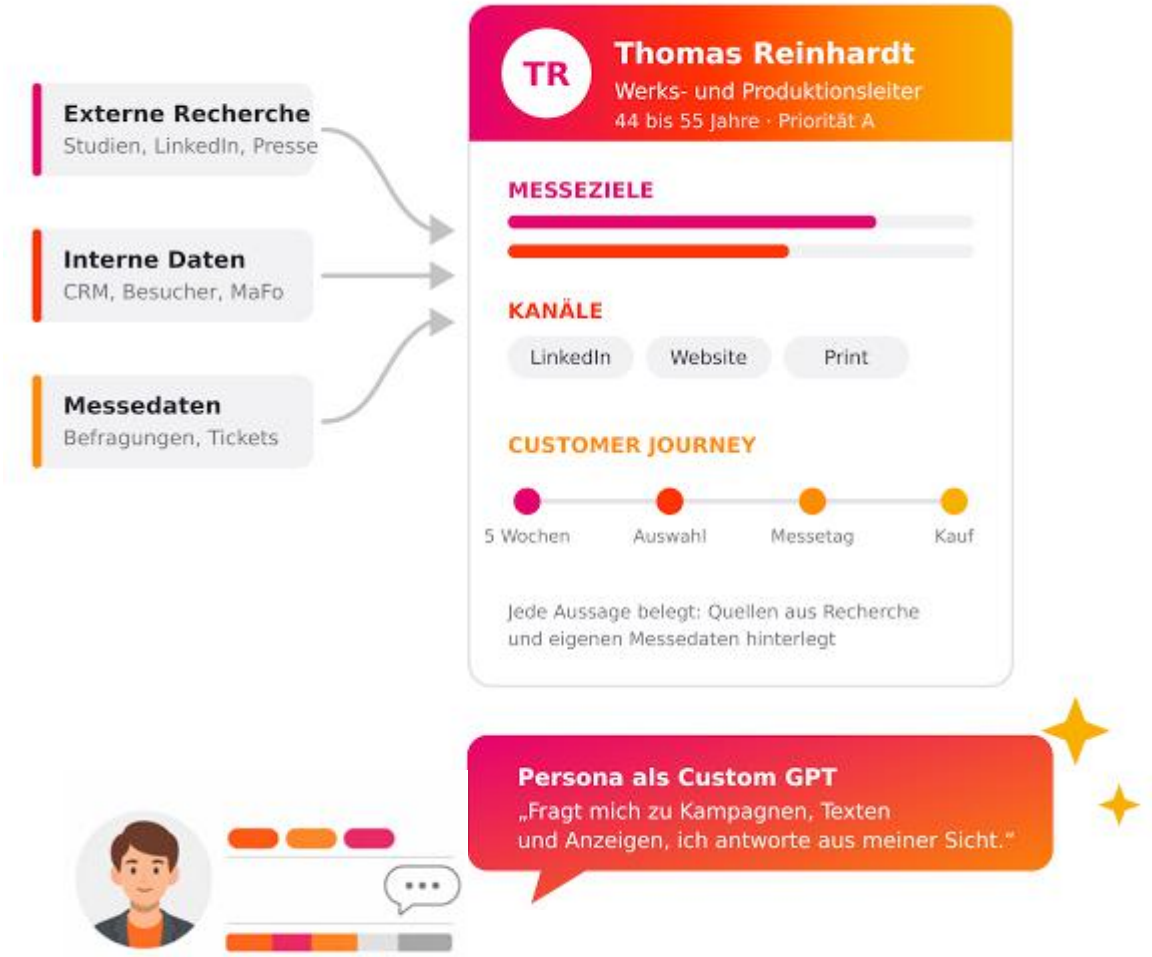
- KI-gestützte Adressvalidierung: Abgleich bestehender CRM-Ausstelleradressen mit öffentlich verfügbaren Unternehmensinformationen.
- Automatisierte Plausibilitätsprüfung: Zusammenführung und Bewertung verschiedener Quellen, z. B. Handelsregister und Unternehmensdaten.
- Direkte CRM-Anreicherung: Das Prüfergebnis wird im CRM hinterlegt und steht dort zentral zur weiteren Nutzung bereit.
- Transparente Datenqualität: Die Validität von Ausstelleradressen ist künftig direkt im CRM nachvollziehbar.



Entwicklung von KI-Personas

KI macht aus Markt- und Messedaten lebendige, befragbare Zielgruppenprofile

- Belegte Profile: KI verknüpft externe Recherche (Studien, LinkedIn, Berichte) mit unseren Besucher- und Marktforschungsdaten
- Schnell, flexibel und Kostengünstig: Erstellung beliebig viele Personas in rund drei Wochen, jederzeit aktualisierbar und kostengünstiger als durch externe Mafo (Einsparung von ca. 30 T Euro/ Messe)
- Interaktiv befragbar: Jede Persona steht als Custom GPT bereit und gibt interaktiv Feedback zu Kampagnen, Texten und Ideen
- So nutzt sie das Team: Die Persona wird unterstützend in die MarCom-Arbeit integriert und soll zielgruppengenaue Ergebnisse generieren. (Pilot XPONENTIAL Europe 2027, weitere Teams folgen)

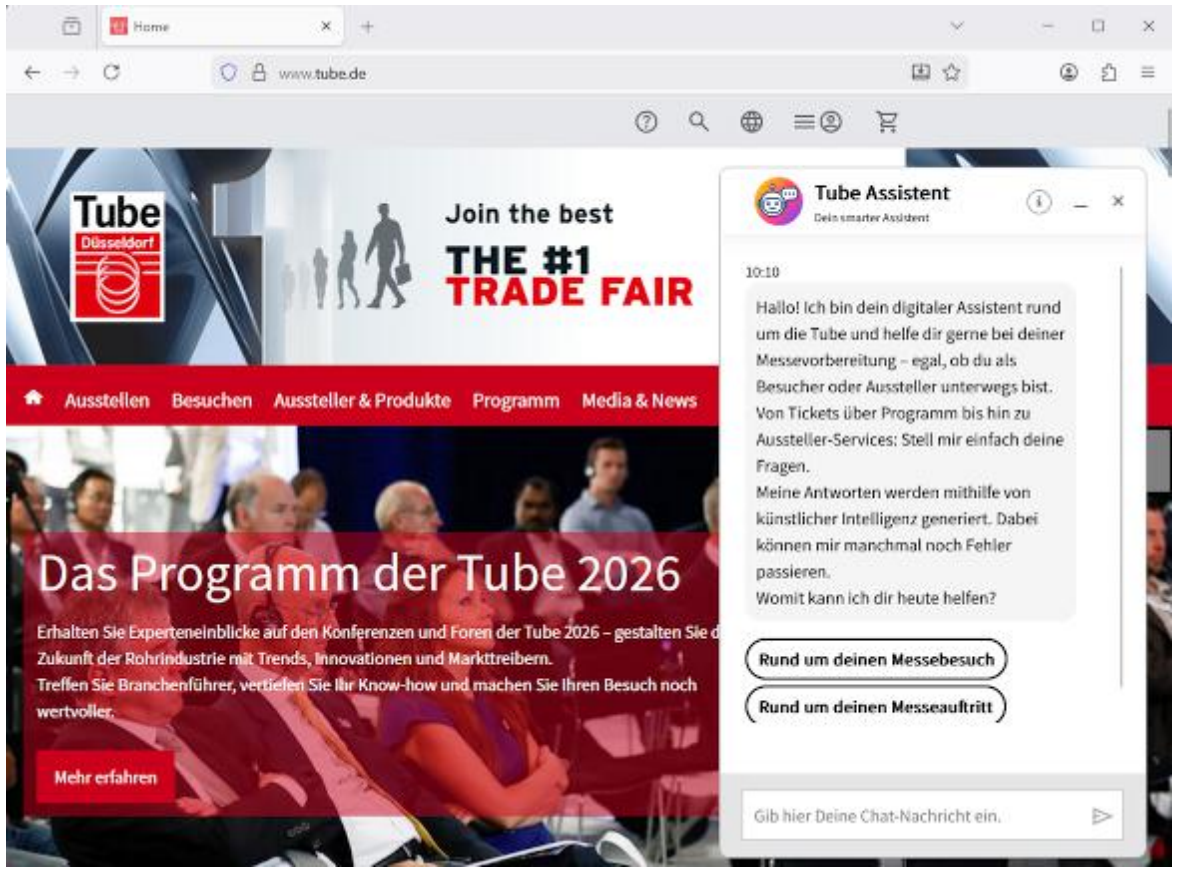


Chatbots für die Messen

Aussteller und Besucher-Chatbot unterstützt bei Messevorbereitung und Laufzeit

- Smart, skalierbar und datensicher: Der Chatbot ist ein zentraler Baustein unserer digitalen Services mit echtem Mehrwert für Besucher, Aussteller & Kommunikationsteams.

- Wird nun bei allen Messen eingesetzt
- 24/7-Anlaufstelle für Fragen rund um Messebesuch & Teilnahme
- Relevante Antworten in Echtzeit – auch mobil & international
- Die Antwortzeit wurde durch flowbasierte Logik und LLM-Fallbacks deutlich reduziert.
- Wertvolle Erkenntnisse für Content, Marketing & Messe-Weiterentwicklung



Ausblick: nächste KI-Projekte

Von der Mediastrategie bis zur automatisierten Content-Erstellung

MEDIA KI-Assistent

- Unterstützt die Planung und Umsetzung umfangreicher Mediakampagnen – von Zielgruppen und Budgets bis hin zu Kanalvorschlägen und Streuplänen.
- Liefert je Messe eine nachvollziehbare Erstempfehlung für Länder, Kanalmix und Budgetverteilung.
  Erwartete Einsparung: ca. 90 TEUR pro Jahr

Automatisierte Content-Erstellung mit n8n:

- Automatisierte Workflows erstellen aus einem Ausgangsinhalt passgenaue Inhalte für mehrere Kanäle und reduzieren manuelle Einzelarbeit (und externe Kosten z.B. für eine Agentur).
- Kanalübergreifend einsetzbar: ein Inhalt für Website, Newsletter und Social Media.



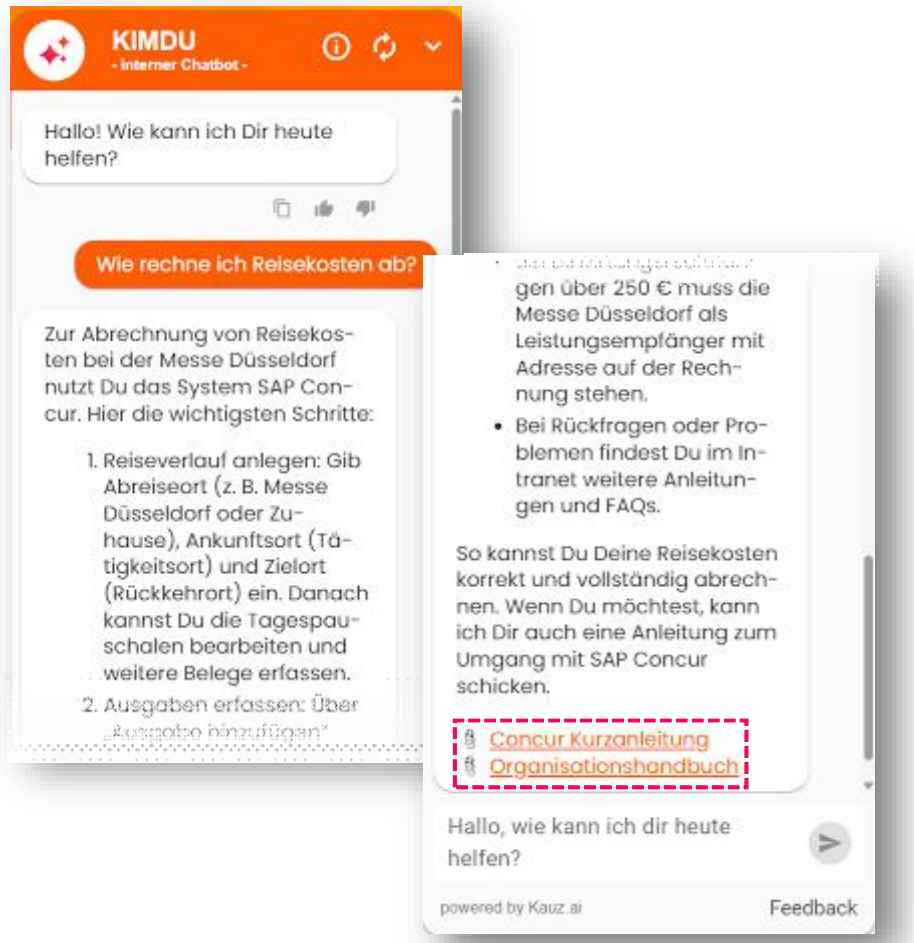


Interner Chatbot für Mitarbeitende

KI-Assistent beantwortet Fragen aus geprüftem Unternehmenswissen – mit Quellenangabe

Antwort statt Trefferliste: der interne Chatbot führt Informationen aus mehreren Dokumenten zu einer zusammenhängenden Antwort zusammen – und nennt die relevanten Quellen

- Fragen in natürlicher Sprache: „Wie erstelle ich eine BANF?“, „Wie rechne ich Reisekosten ab?“ – rund um die Uhr, für alle im Intranet
- Entlastung der Fachbereiche von Routinefragen, schnellere Einarbeitung neuer Kolleginnen und Kollegen
- Qualitätshebel für unsere Dokumentation: Fragen und Feedback zeigen erstmals, wo Anleitungen fehlen oder unverständlich sind
- Kuratierte Wissensbasis auf Kauz aiStudio, EU-Hosting, Zugang ausschließlich für Mitarbeitende (SSO/AD)



Custom GPTs in der MarCom

Einmal entwickelt, vielfach einsetzbar – je Messeprojekt anpassbar

- Zentrale GPTs für alle Messen: MarCom entwickelt eigene Custom GPTs als standardisierte Vorlagen für die Abteilung. Jedes MarCom-Projektteam kann sie übernehmen und an seine Anforderungen anpassen.
- Unterstützung im Tagesgeschäft: GPTs unterstützen bei wiederkehrenden Aufgaben wie Social-Media-Kommunikation, Newslettern sowie Magazin- und Webseitentexten – inklusive SEO/GEO-Optimierung.
- Beispiel KI-Kennzeichnung: Das mit der Rechtsabteilung abgestimmte Regelwerk zum EU AI Act (Art. 50) ist als interaktiver GPT verfügbar und unterstützt bei konkreten Aufgaben.



Agenda

1. Digitale Transformation als Voraussetzung für digitale Wertschöpfung
2. Beispiele für Tools & Services
   … für unsere Besucher
   … für unsere Aussteller
   … für unsere Mitarbeiter und Partner
3. *Von Hybrider Messe zur 365 Tagen Messe im Jahr*


Messe
Düsseldorf
Unsere Messen
finden an jedem Tag im Jahr
und an jedem Ort der Welt
statt!

„Hybride Messe“ vs. „365-Tage-Plattformen“

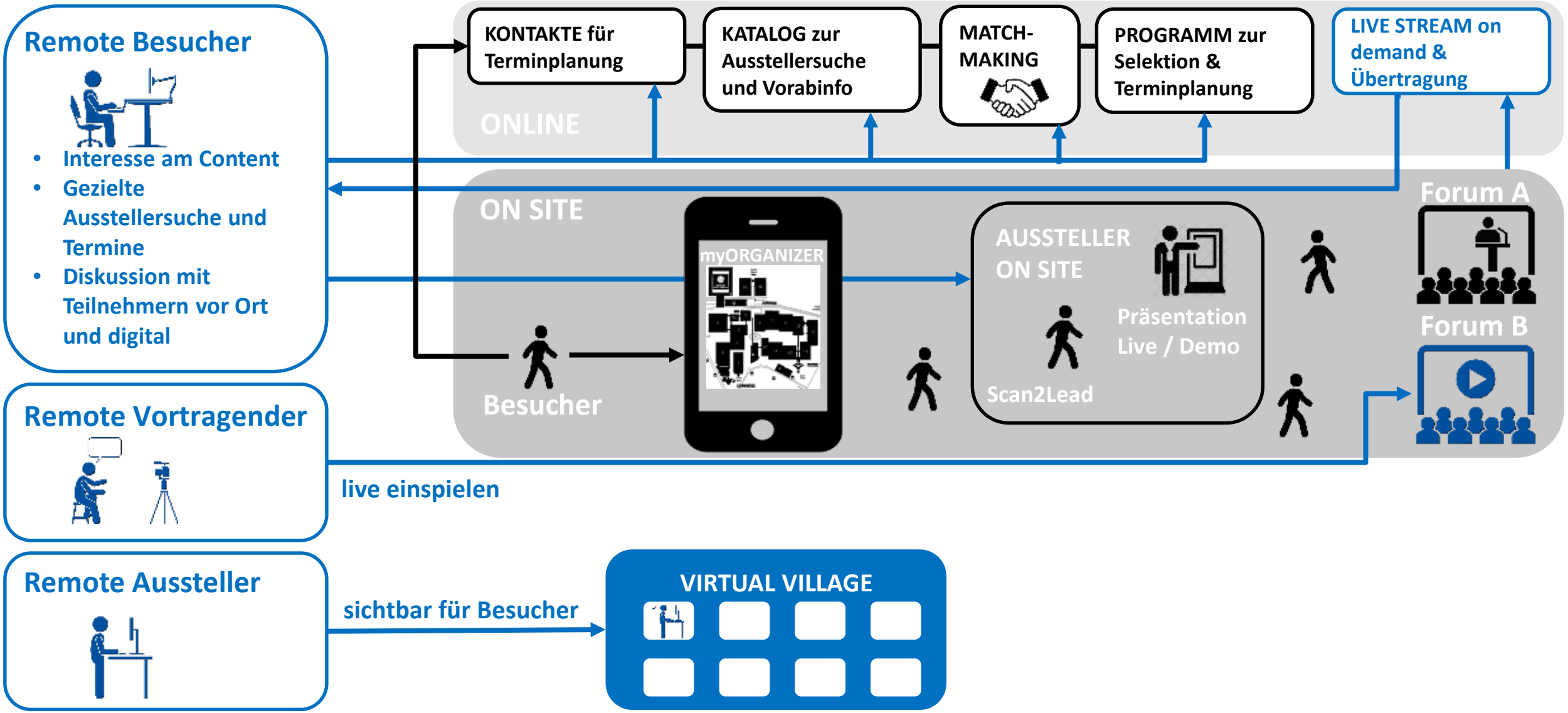
Unter „Hybride Messe“ sind alle Themen gesammelt, die für Aussteller und Besucher die Teilnahme an unseren Messen durch digitale Dienstleistungen erfolgreicher und effizienter machen – sie sind an die Laufzeit der Messen gekoppelt.

- Es gibt einen digitalen Zwilling der realen Messe als Online-Portal vor, während und nach der Laufzeit, umfangreiche Berichterstattung zur Messe in passenden sozialen Netzen und auf dem digitalen Twin
- Für Aussteller wird die Vermarktung und Darstellung im Digitalen professionalisiert: Ausstellerprofil, Marketingpakete, Ausstellerdashboard mit KPIs, Leadmanagement
- Für Besucher wurde das zentrale Tool zur Messevor- und Nachbereitung – der MyOrganizer – neu aufgestellt und vernetzt
- Vortragsprogramm, Ausstellerpräsentationen, Produktvideos, Matchmaking werden in diesem Zusammenhang besser integriert

„365-Tage-Plattformen“ erweitert die aktuellen Systeme um die Möglichkeit, durchgängige Präsenz, Produkte und Dienstleistungen anzubieten.

- 365 Tage im Jahr Online-Präsenz für Firmen, Experten, Pressevertreter, Interessenten, Einkäufer usw.
- 365 Tage im Jahr aktive Online-Community unabhängig von der Laufzeit der Messe
- Zusätzliche Vermarktung unabhängig von Messeauftritt/-Besuch im Portal der Community: Showroom, Werbung, Newsletter, Webinare…

Use Cases Hybride Messe

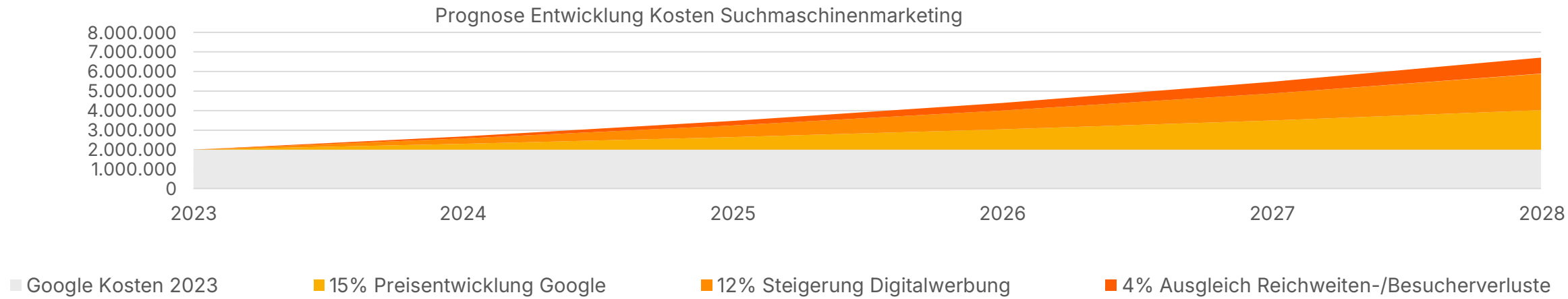


Motivation für 365-Tage-Logik

Kosten für bezahlte Reichweite steigen aktuell und in Zukunft extrem an

- Ca. 70 % aller Zugriffe auf Seiten der MD kommen über Suchmaschinen (fast ausschließlich Google)
- Davon 15 % über bezahlte Suchmaschinenwerbung
- Preis für bezahlte Werbung auf Google steigt seit 2022 pro Jahr um jeweils > 20 Prozent
- KI-basiertes One-Click-Search lässt diesen Strom erliegen und macht jede Conversion teurer

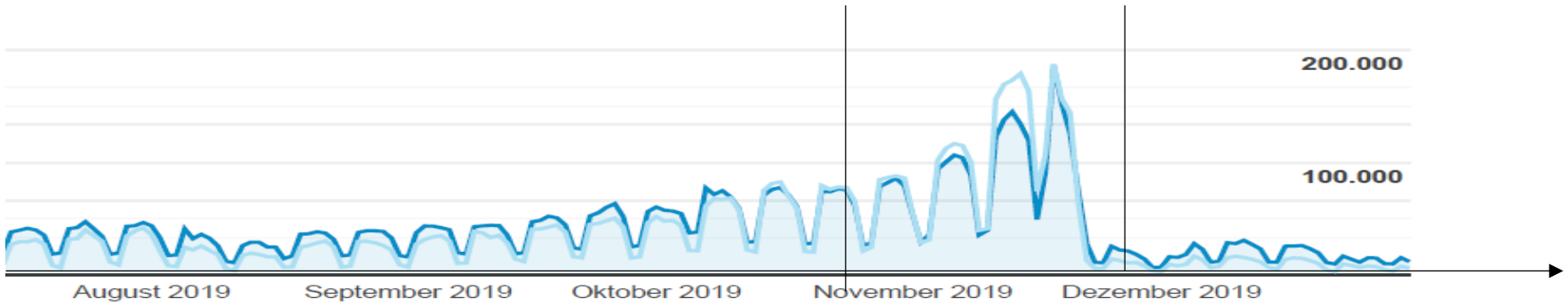
➢ Aufwände pro Tageseintritt steigen



Motivation für 365-Tage-Logik

Vor Messelaufzeit muss heute die Messemarke über bezahlte Werbung gestärkt werden

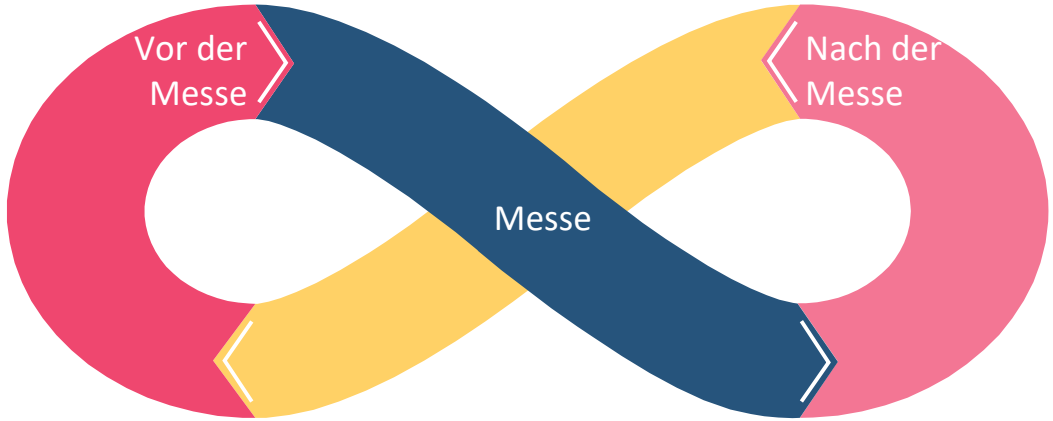
- Das nachlassende Interesse an der Messe muss vor jeder Laufzeit durch bezahlte Reichweite aufgefangen werden.
- Außerhalb des Vorlauf- und Laufzeit sinkt die Interaktivität der geschaffenen Community und damit auch der mediale Wert der Messemarke.
- Medienumsätze sind aktuell ausschließlich auf Vorlaufzeit und Laufzeit beschränkt.



Zielsetzung Zukunftssicherung

Nachhaltige Stärkung eigener Plattformen ergänzen bezahlte Werbung

- Eigener ganzjähriger Content/User generated Content und interaktive Online-Services (Community Features) erhöhen die Anzahl der Nutzer und potentieller Kunden
- Langfristiges und nachhaltiges Community Building steigert Bindung an Marke und Messe und reduziert Notwendigkeit bezahlter Werbung
- Fokus auf Kundenbindung steigert die aktuell geringe Wiederbesuchsquote bei Besuchen und senkt Kosten für Neuakquise über bezahlte Werbung (Faktor 4-5) 1)
- Höhere Reichweite der Plattformen bietet die Grundlage für zusätzliche Vermarktungserlöse



365 Tage „Messe“

Virtuelle Verlängerung nach Laufzeit

- Besucher können netzwerken, ohne physisch vor Ort zu sein.
- Aussteller steigern ihre Reichweite für Produkte und Content zur Leadgenerierung.
- Zusammen bilden alle eine Community, die 365 Tage im Jahr aktiv sein kann.
- Die Kombination aus Präsenzmesse und digitalen Elementen schafft den größten Nutzen für die Kunden.
- Dies festigt die führende Position der Düsseldorfer Weltleitmessen.



Mögliche Geschäftsmodellweiterentwicklungen

Konzeptfolie: Pakete und Preise fiktiv

365 Tage Abo in Branchen-community	(virtuelle) Zwischenevents	Präsenzmes hybrid

Upselling aktueller Bestandskunden

- Abo für 365 Tage im Jahr digitale Marktpräsenz= 3600€
- Im Präsenzmessejahr nur 1.800€ zusätzlich

- Teilnahme am Event inkl. Leads im Präsenzmessejahr
- Events außerhalb des Präsenzmessejahres mit eigenständiger Vermarktung

- 1.800 € für Teilnahme an Online-Teil der hybriden Messe (300 € pro Monat Onlinepräsenz - 3 Monate vor und 3 Monate nach Messe)

Upselling Vertriebsleads

- für 600 €/Jahr Basis-Branchen-eintrag ohne Leadgenerierung
- Upselling auf 3600 €/Jahr Standardpaket mit Showroom und Matchmaking, keine Webinare, begrenzte Leadanzahl

- Teilnahme mit Aufpreis für Sichtbarkeit und Webinare
- Separater Preis pro Lead

- Sichtbar auch ohne Präsenz, aber zusätzliche Nutzung von Webinaren und Matchmaking sehr teuer
- Separater Preis pro Lead unterstützt Upselling zu Präsenz

Maßnahmen für die Erreichung

Nur über due Umsetzung eines Mehrjährigen Planes erreichbar

Starker digitaler Zwilling und Funktionalität für Hybride Messe

Technische Durchgängigkeit der Onlineplattformen realisieren

- Alle Messesysteme arbeiten heute nach dem Messezyklus und werden nach der Laufzeit „abgerissen“
- Eine 365 Tage Plattform muss durchgängig, unabhängig von Messelaufzeiten funktionieren

Aufbau einer Branchencommunity mit Hilfe von Nutzerprofile / Interessen

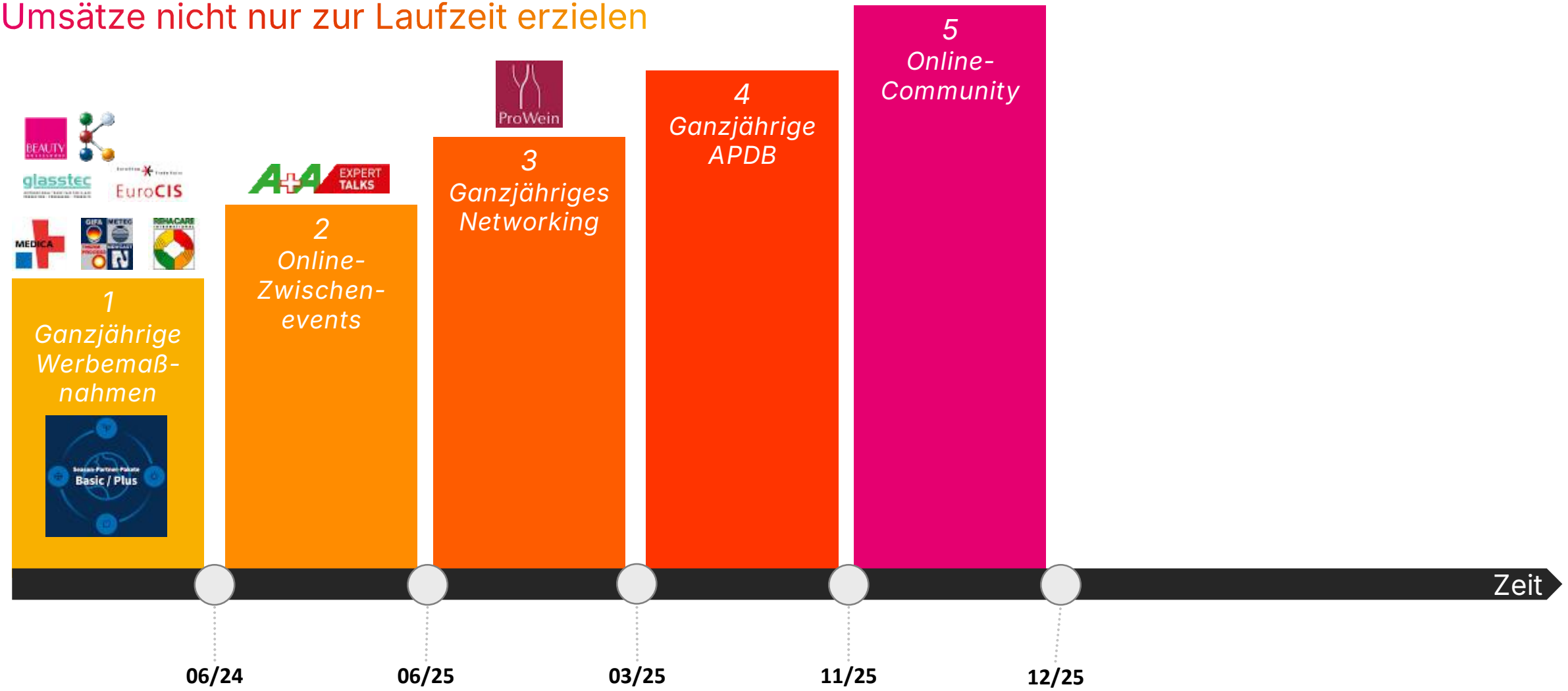
- Wissensvermittlung, Branchennews und Vernetzung als Grundfunktionen für Teilnehmer
- Schaffung von weiteren relevanten vermarktbaren Angeboten für die Aussteller
- Öffnung für Nichtaussteller und Nichtbesucher

365-Tage-Inhalte

- Redaktionelle, virtuelle und SoMe-Inhalte als Basis für ein überzeugendes Nutzererlebnis
- Anregung von User-Generated-Contend der Community

365-Tage-Vermarktung

Umsätze nicht nur zur Laufzeit erzielen



Der Weg nach vorne

Zusammenfassung



1 - Komplexität abbauen

- Aufgrund der Ausrichtung auf Profitabilität sind Messegesellschaften meist schlank, aber dabei in den internen Abläufen nicht besonders effizient, da vieles improvisiert wird
- Nur durch Reduzierung der vorhandenen Komplexität durch den Einsatz digitaler Werkzeuge und Transformationen kann Handlungsspielraum für neue Themen entstehen
- Prozessmanagement erfasst alle Kernprozesse, bewertet und optimiert sie.
- Dabei werden u.a. manuelle Vorgänge digitalisiert, wo es die Stückzahlen hergeben und Standards festgelegt
- Enterprise Architecture Management optimiert parallel in gleicher Weise die technischen Systeme: Umfassende Bestandsaufnahme aller Applikationen und Schnittstellen, Analyse und Optimierung.
- Parallel dazu müssen die Aspekte der Durchführung von Messen, die durch Varianten Komplexitäten in der Organisation (Ressourcen, Prozesse, Systeme) nach sich ziehen, reduziert werden, um ein effektiveres Vorgehen zu erreichen

2 - Digitale Unterstützung realer Messen

- Neue digitale Fähigkeiten der Messe Düsseldorf müssen für unsere Kunden den Mehrwert einer Messe verbessern helfen.
- Für Besucher müssen wir die wachsenden Ansprüche an eine komfortable Messevorbereitung, -teilnahme und -nachbereitung sicherstellen.
- Für Aussteller muss die Durchführung der Messebeteiligung erleichtert werden und der Mehrwert der Messe im Marketingmix gesteigert werden.
- Gleichzeitig müssen auch die eigenen Fähigkeiten der Messe Düsseldorf zur Durchführung dieser nun hybriden Messen verbessert werden
- Der Vertrieb an Aussteller und Besucher kann mit digitalen Mitteln besser unterstützt werden
- Für die Planung und Umsetzung kleinerer Messen (für die bessere Ausnutzung unseres Geländes und bei der Neuentwicklung von Messethemen) muss ein alternatives Vorgehensmodell entwickelt und entsprechende Tools zur Verfügung gestellt werden.
- Durch den Einsatz von KI können benutzerfreundliche Mehrwerte geschaffen werden wie beim MEDICA Buddy

3- Zusätzliche Erlöschancen

- Ergänzungen zu physikalischen Messen und reine Online-Angebote unabhängig von Messeereignissen.
  - Vermarktung der Daten über Aussteller/Besucher und der Vertriebsleads an Aussteller als Zusatznutzen
  - Digitales Werbepaket neu positionieren und neue Vermarktungsoptionen schaffen, um Upselling zu ermöglichen
  - Die Vermarktung sonstiger existierender Dienstleistungen (Standbau, Technik, Catering etc.) digital optimieren
- Die Brücke zu reinen Online - Produkten sind aktive 365 Tage Communities auf unseren Branchenplattformen werden
- Gestufte Abomodelle für die Darstellung von Ausstellern und Nicht-Aussteller auf den Plattformen als Anbieter
- Ergänzung der Plattformen um B2B Produktwelten, über die Industriebeteiligten ihre Produkte verkaufen können

4 - Das digitale Gelände

- Drei strategische Ziele für die digitale Weiterentwicklung der Geländeinfrastruktur
  - Wir erfüllen die durch internationalen Vergleich steigenden Erwartungen der Besucher und Aussteller an die moderne Ausstattung eines Messegeländes
  - Wir schaffen eine Plattform für ortsbezogene Dienstleistungen, die wir für Aussteller ermöglichen und an diese vermarkten können
  - Das Gelände muss für die häufiger wechselnde Durchführung kleinerer Messen flexibler ausgestattet werden
- Für diese Ziele sind im Wesentlichen drei Infrastrukturen zu schaffen
  - 5G als Kommunikationsmedium für Internet in den Hallen und Industrie 4.0 Ausstellungsstücke.
  - Ein genaues Ortungssystem für die mobilen Endgeräte der Besucher für Navigation in den Hallen und als Basis für Location Based Services
  - Digital Signage System für die moderne Anmutung des Geländes ein und die Verbesserung der Flexibilität des Geländes. Es ermöglicht dynamische Wegeführung (für häufiger wechselnde Messen) und bietet weitere Werbeplätze für Aussteller.

Danke für Ihre Aufmerksamkeit!