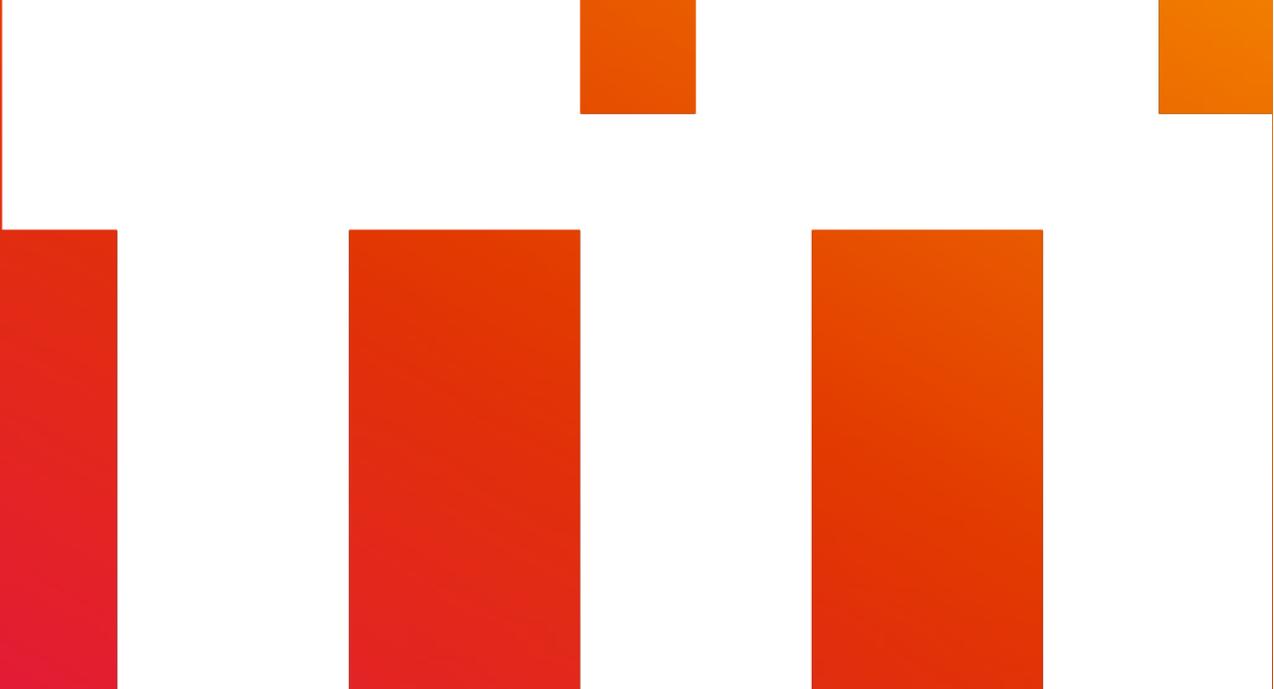


Digitale Veranstaltungs- strategien und -formate

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?

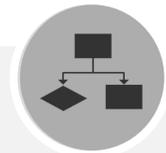


Was verbindet die

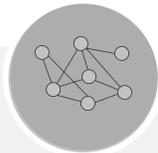
Digitale Transformation und ein Piratenschiff?



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

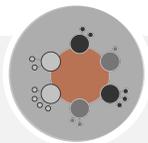


Digitale Fähigkeiten
der Messe ausbauen



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 aktuell das wichtigste für die Umsetzung ist

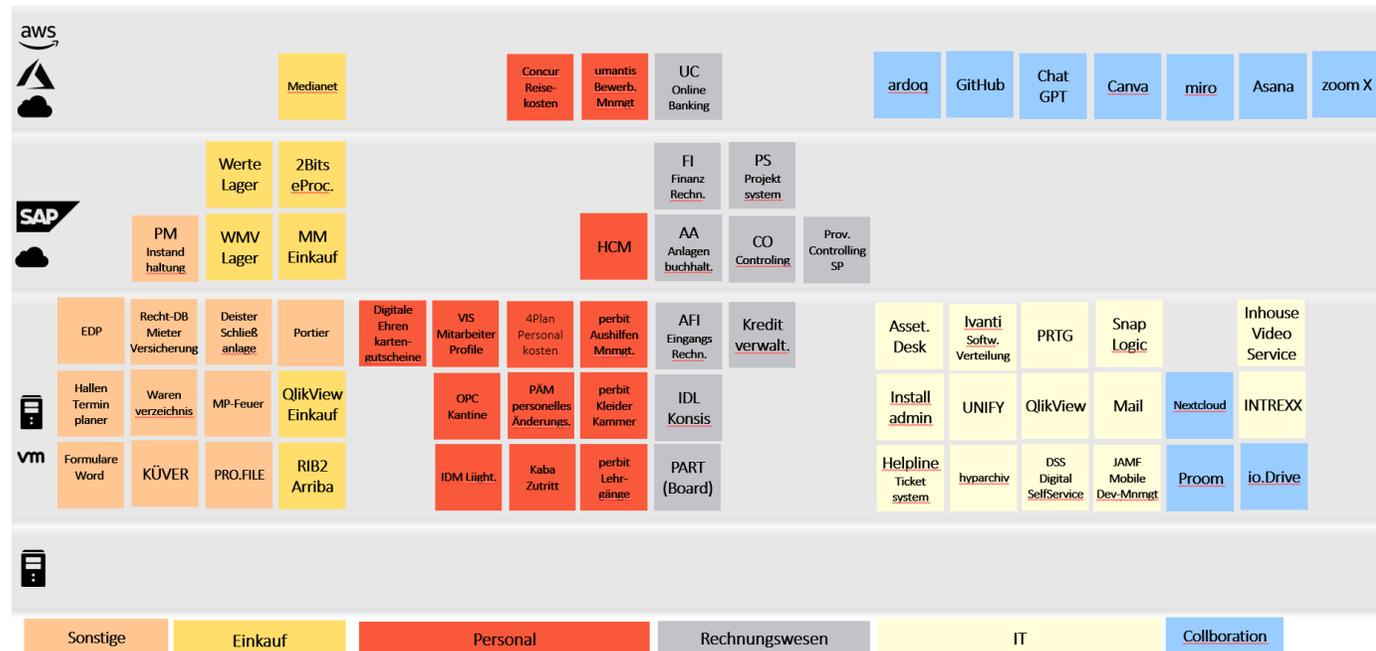
Unser Anwendungsportfolio

Mehr als 100 Anwendungen und Systeme versorgen Kunden und Mitarbeitende optimal

Kundensysteme für Aussteller und Besucher

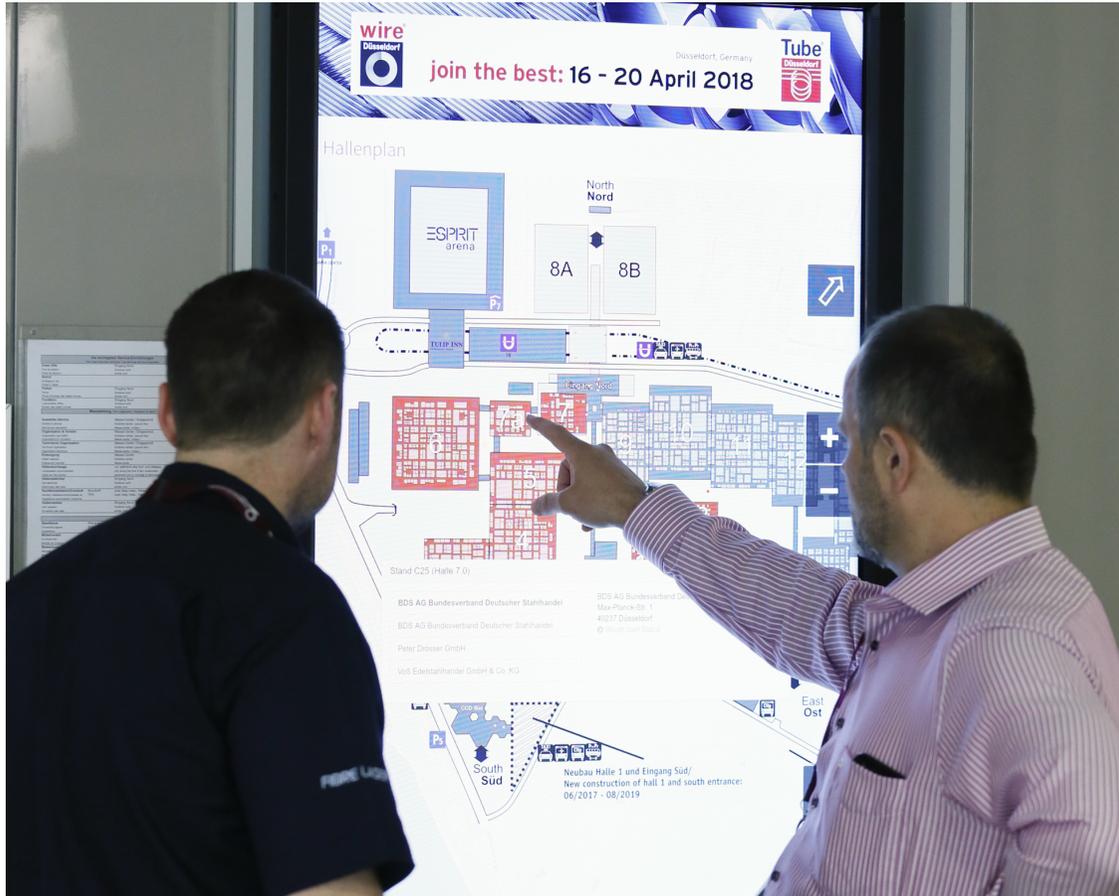


Interne Systeme für alle Mitarbeiter



Rolle digitaler Services

Unterstützung für unsere physischen Messen



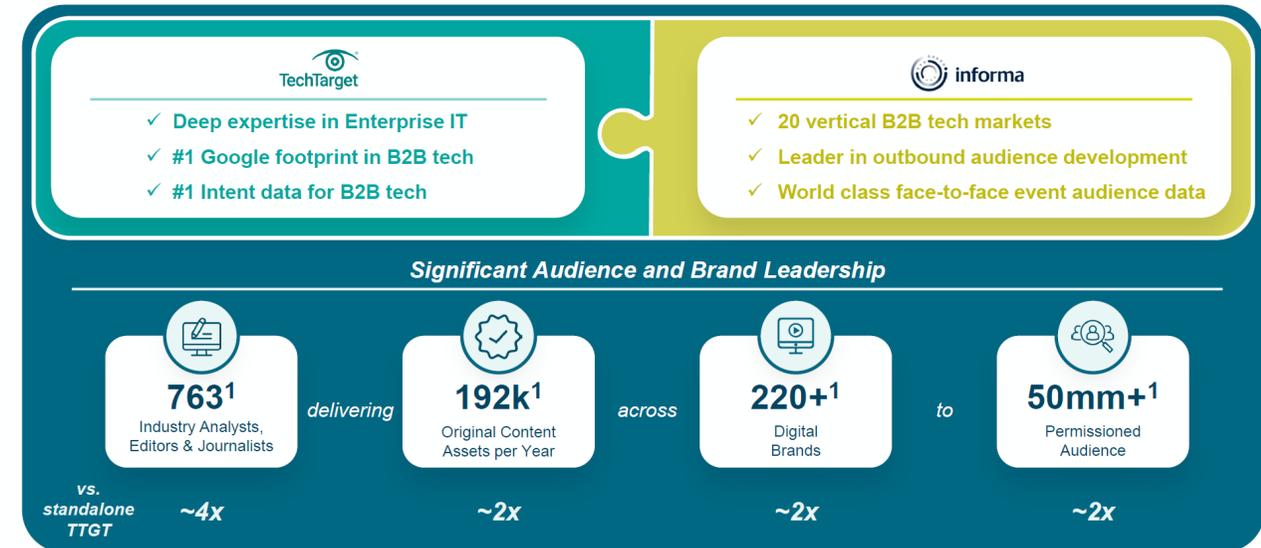
- Effiziente Vorbereitung der Messen für die Besucher
- Orientierung auf dem Gelände
- Information über das Angebot vor und während des Besuchs
- Professionelle Nachbereitung

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

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 Technologiethematen (u.a. IT, Health, Finance, Retail, Government)
- > 480 Mio. US\$ Umsatz mit „datengetriebenen Dienstleistungen“ zur B2B-Vermarktung
- ~100 Mio. US\$ jährliche Digitalinvestition
- Digitale Angebote für jede B2B-Vertriebs- und Marketingaufgabe der B2B-Kundschaft



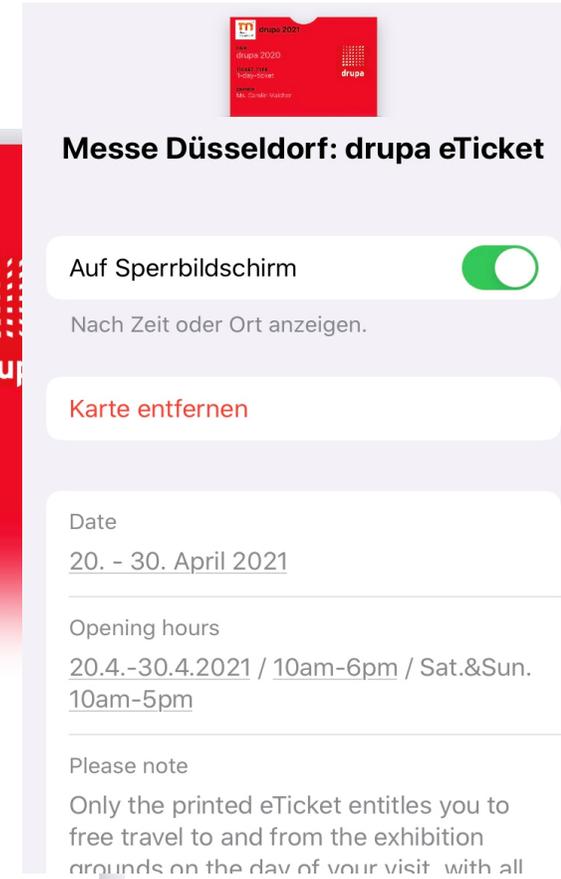
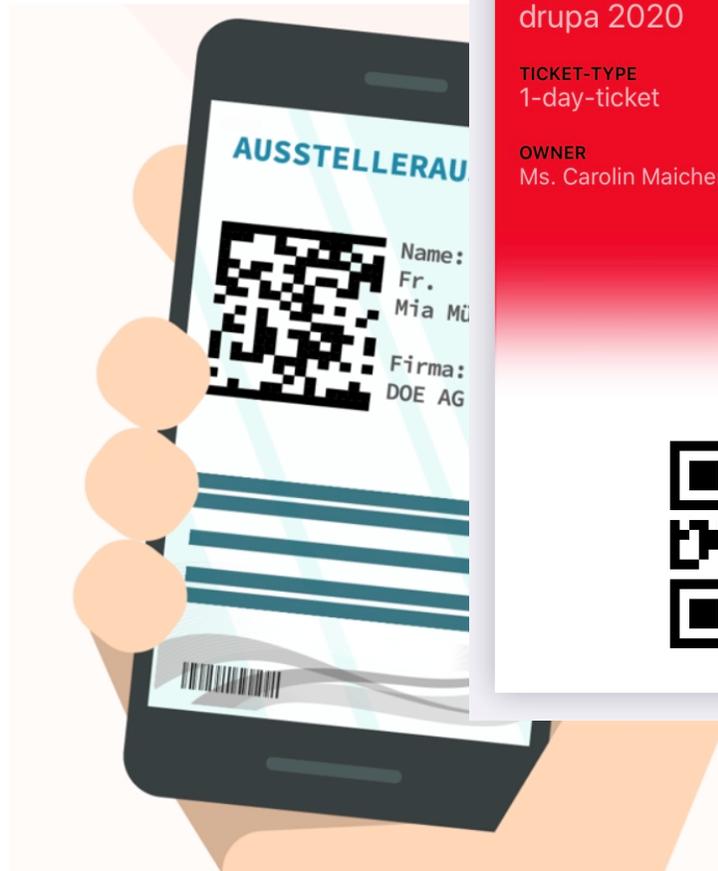
Agenda

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

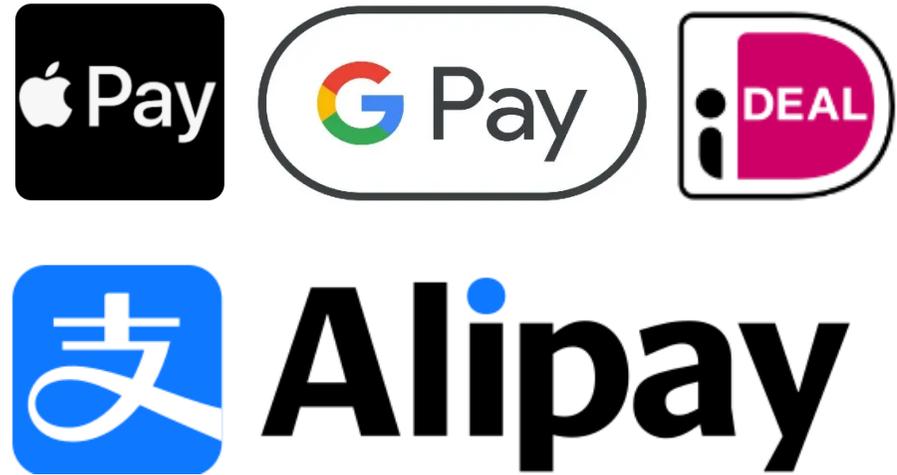
- 80% der Besucherausweise werden online gekauft. Bei manchen Fachmessen sind es sogar über 90%
- Neu seit 2020: Digitale Ausstellerausweise inkl. Personalregistrierung
- Eine der Vorausbedingungen, den CARAVAN SALON 2020/2021 während Corona durchführen zu dürfen



Ticketshop

Stetige Optimierung von Zahlungsoptionen, Customer Experience und Barrierefreiheit

- Durch den Wechseln des Zahlungsdienstleisters 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-Profiles 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.

Mein Benutzerprofil

Über mich

Passen Sie Ihre persönlichen Stammdaten an

Profilbild

Vorname* Jane Nachname* Cooper

Position CEO Jobtitel CEO

Profiltext

Mein Name ist Jane Cooper und ich bin Weinhändlerin in Düsseldorf.

Seit ich denken kann, bin ich von Wein fasziniert. Ich liebe den Geschmack, den Duft und die Geschichte des Weines. Nach meinem Studium an der Hochschule Geisenheim habe ich in verschiedenen Weingütern und Weinhandlern gearbeitet, bevor ich mich 2013 mit meinem eigenen Weinhandel

Über mich

Ihre persönlichen Stammdaten

Profilbild

Vorname* Sybille

Nachname* Fratuschi

Position Bitte auswählen

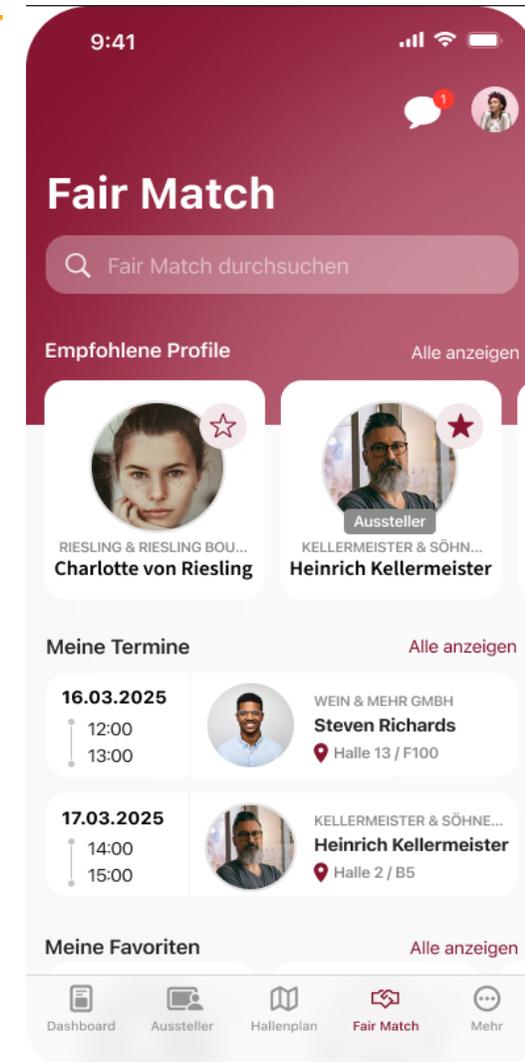
Jobtitel Bitte eingeben

Einführung ab: 03/ 2025 (ProWein)

Neues Matchmaking-Tool

Fair Match als vollintegriertes Angebot an Besucher und Aussteller

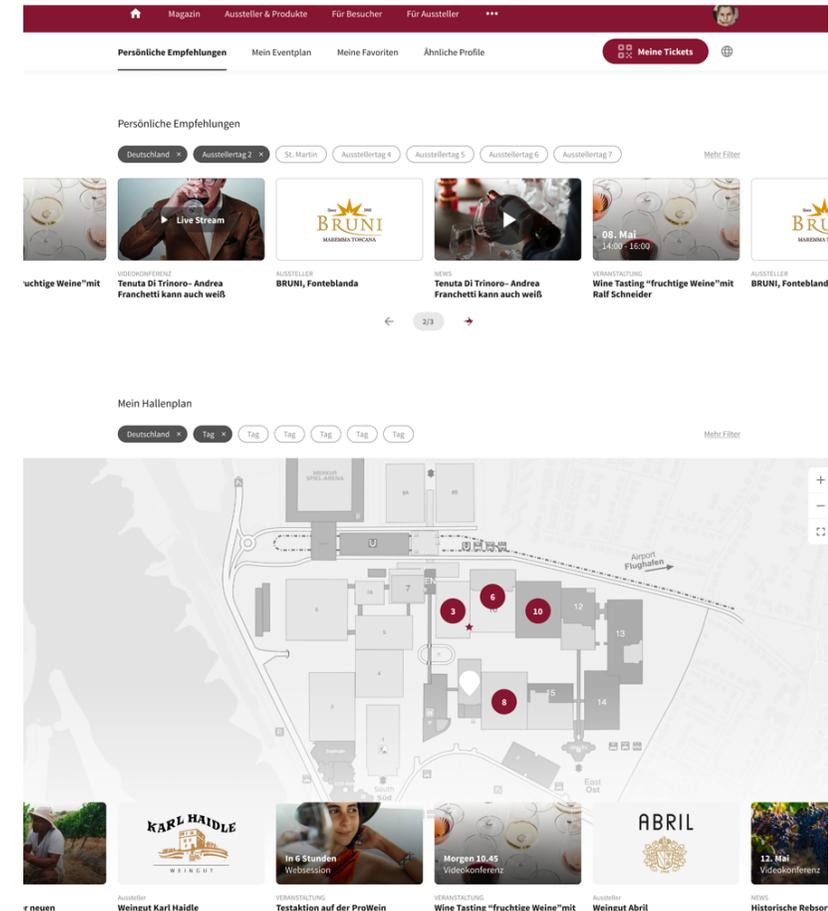
- Ablösung eines bisherigen externen Tools durch eine interne Lösung – alles aus einem Guss
- Schnellere Teilnahme durch Opt-in in die Registrierung
- Nutzung des neuen User Profils als Basis
- Dauerhafte Vernetzung von Teilnehmern auch außerhalb der Messlaufzeiten als 365-Tage-Service.
- Zugänglichere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



MyOrganizer

Der persönliche Messeplan

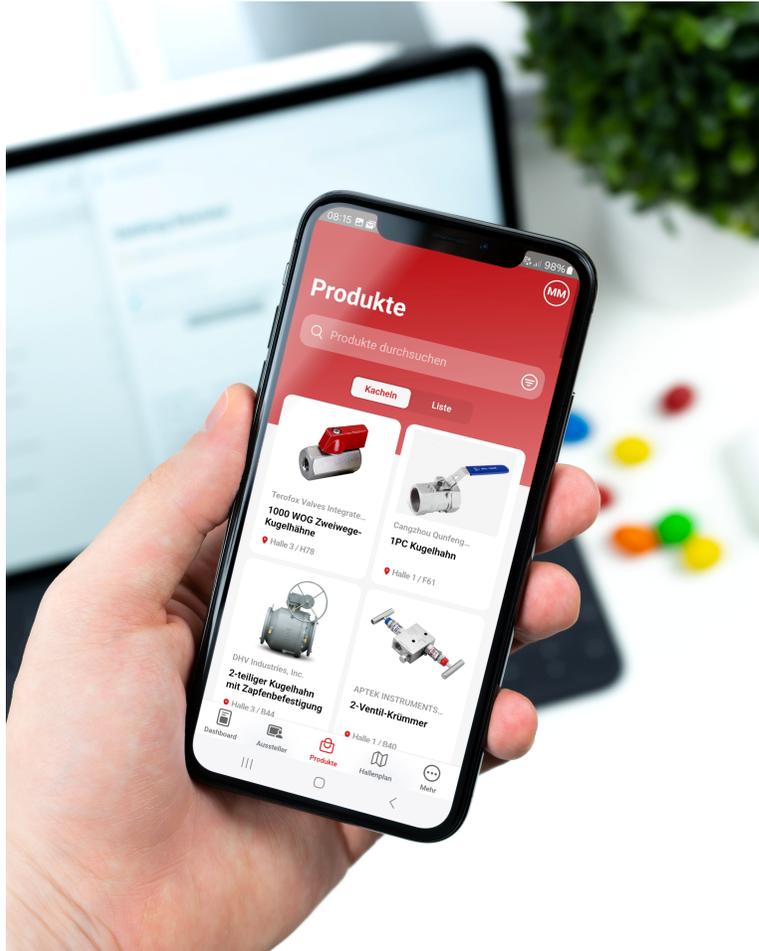
- Neuer, zentraler Anlaufpunkt für eine erfolgreiche Vorbereitung, Durchführung und Nachbereitung eines Veranstaltungsbesuchs
- Personalisierte Empfehlungen
- Neben Ausstellern ist es nun auch möglich Produkte, Events, Marken und Ansprechpartner zu





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

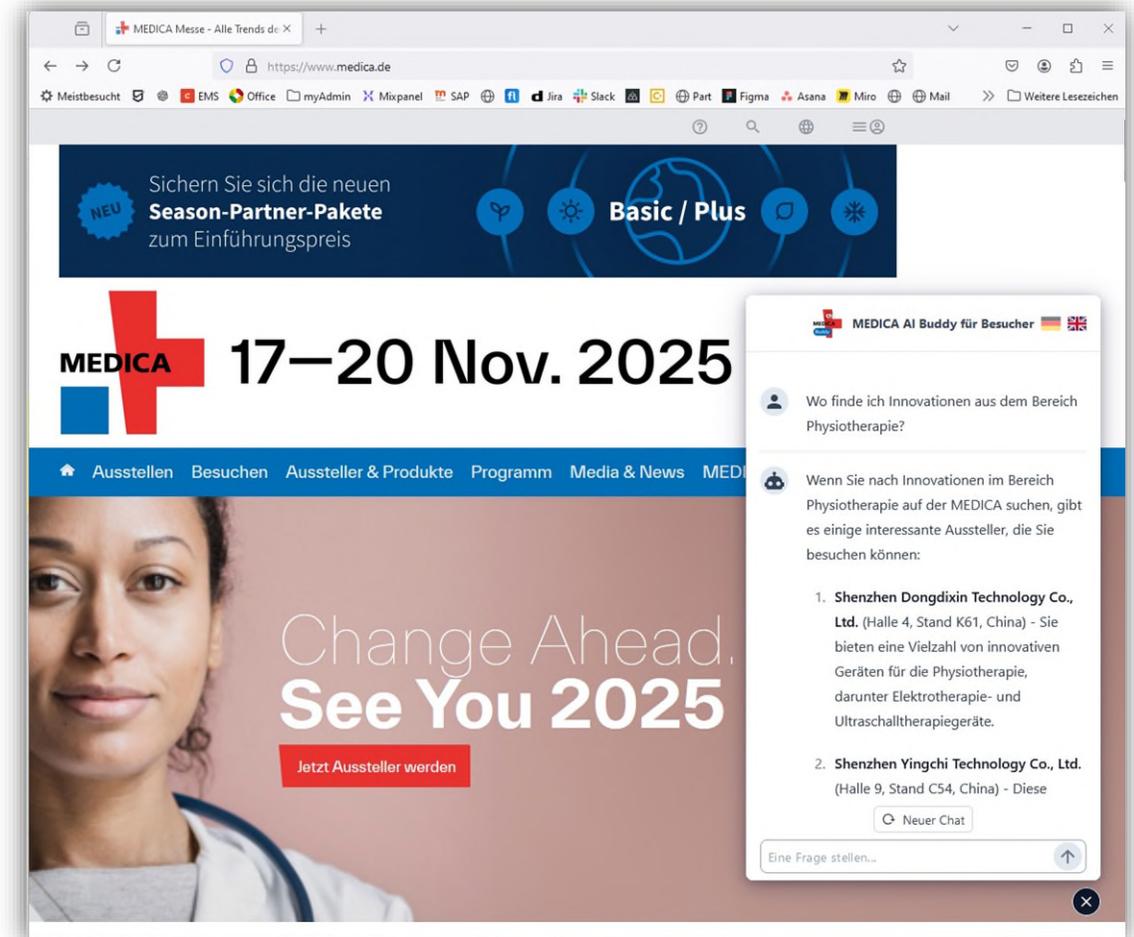
Alles auch auf unsere D:VIS Stelen



KI-Chatbot für die MEDICA

Besucher-Chatbot für die Messevorbereitung

- Besucher konnten bereits vom 17.10.-03.12.24 unseren KI-Chatbot für die Messe-Vorbereitung und Durchführung nutzen
- Es gab insgesamt 4651 Chats. Im Schnitt hat jeder User 2,25 Fragen gestellt
- Die meisten Nutzer haben Fragen nach konkreten Ausstellern gestellt, gefolgt von allgemeinen Fragen zur MEDICA
- Aufgrund des positiven Ergebnisses wird der KI-Chatbot ab der K 2025 auf alle Messen ausgerollt



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

Gesamtinvestition
3.320.000€

Alle Produkte für die Organisation der Messebeteiligung an einer Stelle

boot
22 - 30 Jan 2022
OOS
ONLINE ORDER SYSTEM

Willkommen,
Stefan Schlinger

Messestand Dienstleistung Marketing & Presse Informationen
boot Düsseldorf 2022 0002688448 -- Messe

Startseite / Kategorien / Marketing & Presse / Werbung in Messemedien / Marketingpakete

Sortieren nach: Relevanz Pro Seite: 24

Bestellfrist
07.12.2021 (6)

Preis
650 € 6000 €

Service Partner
NEUREUTER FAIR MEDIA GmbH (6)

Halle
alle (6)

Marketing & Presse

Werbung in Messemedien

Marketingpakete

ANGEBOT

Bestellfrist: 07.12.2021
NEUREUTER FAIR MEDIA GmbH
Start-Paket
• Publikations-Medium: interaktiver Hallenplan
831,00 €/ST
Sie sparen 22 %
650,00 € / ST

ANGEBOT

Bestellfrist: 07.12.2021
NEUREUTER FAIR MEDIA GmbH
Profi-Paket
• Publikations-Medium: interaktiver Hallenplan
1.260,00 €/ST
Sie sparen 25 %
950,00 € / ST

ANGEBOT

Bestellfrist: 07.12.2021
NEUREUTER FAIR MEDIA GmbH
Premium-Paket
• Publikations-Medium: interaktiver Hallenplan
1.914,00 €/ST
Sie sparen 29 %
1.350,00 € / ST

ANGEBOT

Bestellfrist: 07.12.2021
NEUREUTER FAIR MEDIA GmbH
Silber Event Partner
• Publikations-Medium: interaktiver Hallenplan
7.848,00 €/ST
Sie sparen 62 %
3.000,00 € / ST

3D Standbaukonfigurator

Gesamtinvestition
560.000€

Aussteller können sich ihren Messestand selbst zusammenstellen

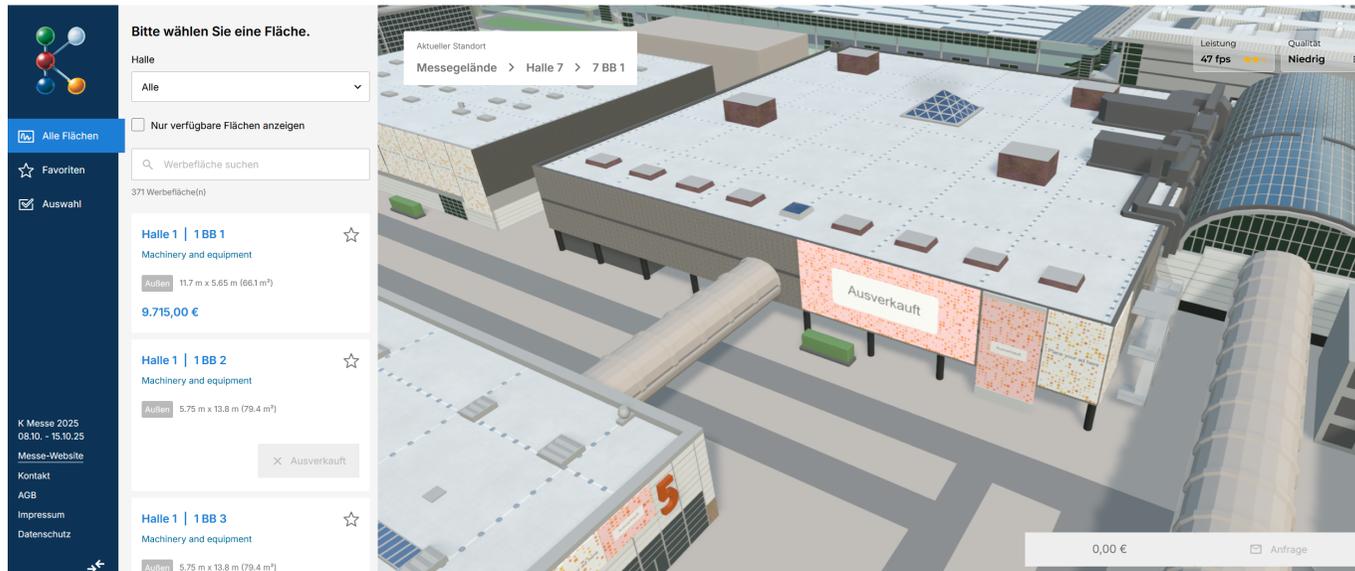


- Weltweit erster 3D Standbaukonfigurator
- Visualisiert in Echtzeit den vom Aussteller konfigurierten Messestand und errechnet den Preis dafür.
- Deckt Standtypen in 30 Designs und eine großen Anzahl von Möbeln und Accessoires ab
- Hat der Aussteller seinen Stand fertig konfiguriert, kann er sich in 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

Gesamtinvestition
314.000€

Neue buchbare Werbeflächen für Aussteller



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

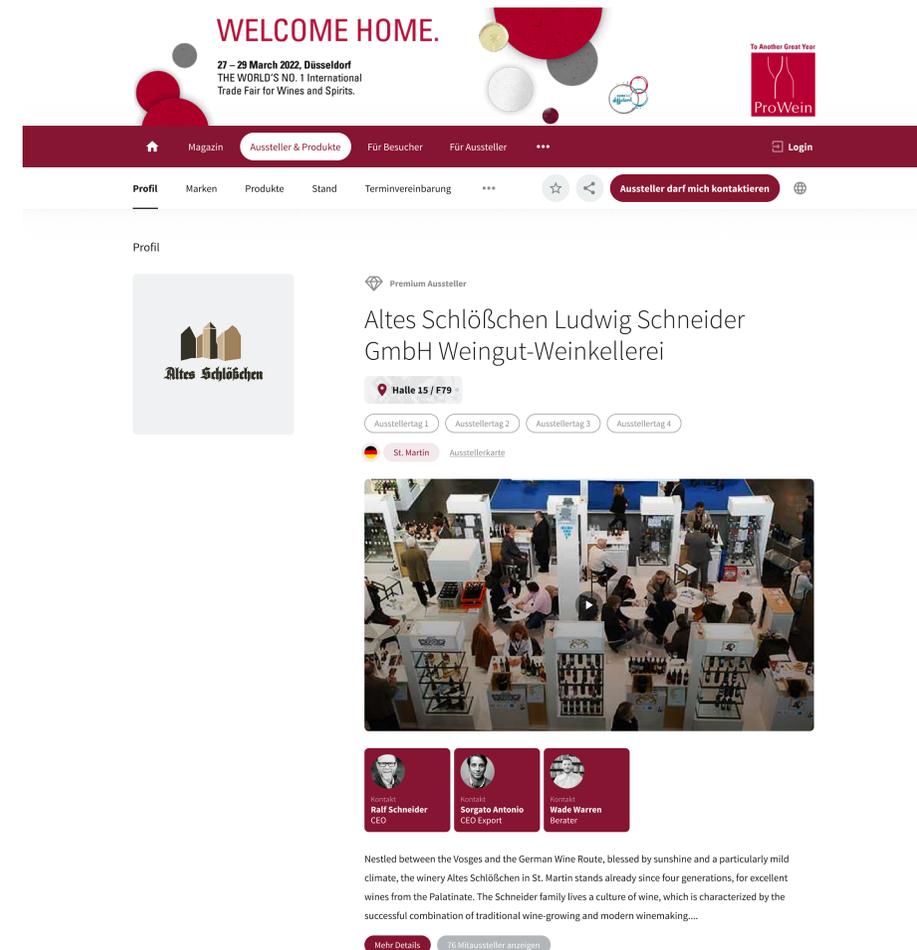
- Die einmalige Fähigkeit der 3D-Darstellung und Interaktion wird für weitere Services verwendet.
- Das gesamte Gelände wurde innen und außen erfasst, so dass ein 3D Abbild der Messe entstand.
- Die von Ausstellern buchbaren Werbeflächen sind dort nun eindeutig verortet.
- Der Aussteller kann zur Probe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

Ausstellerprofil

Gesamtinvestition
250.000€

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



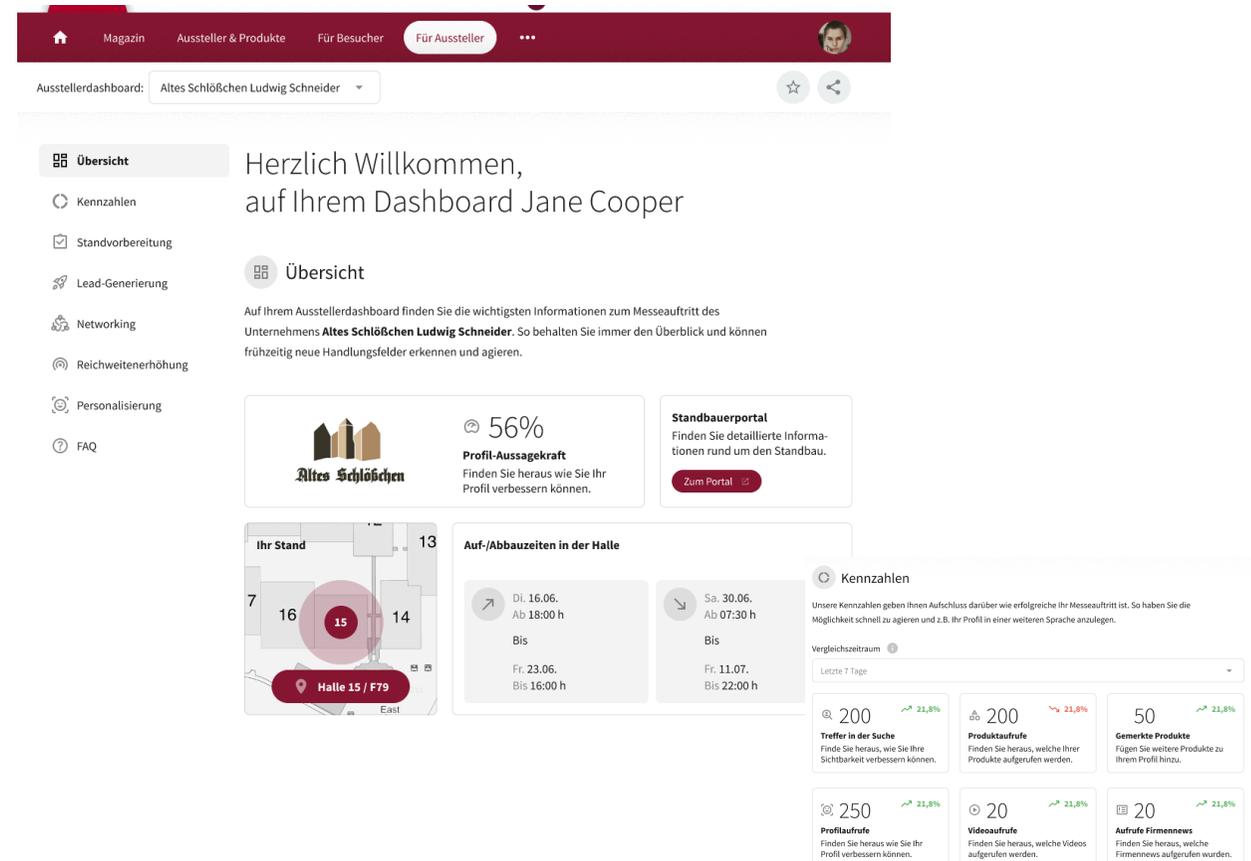
Aussteller Dashboard

Gesamtinvestition
120.000€

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

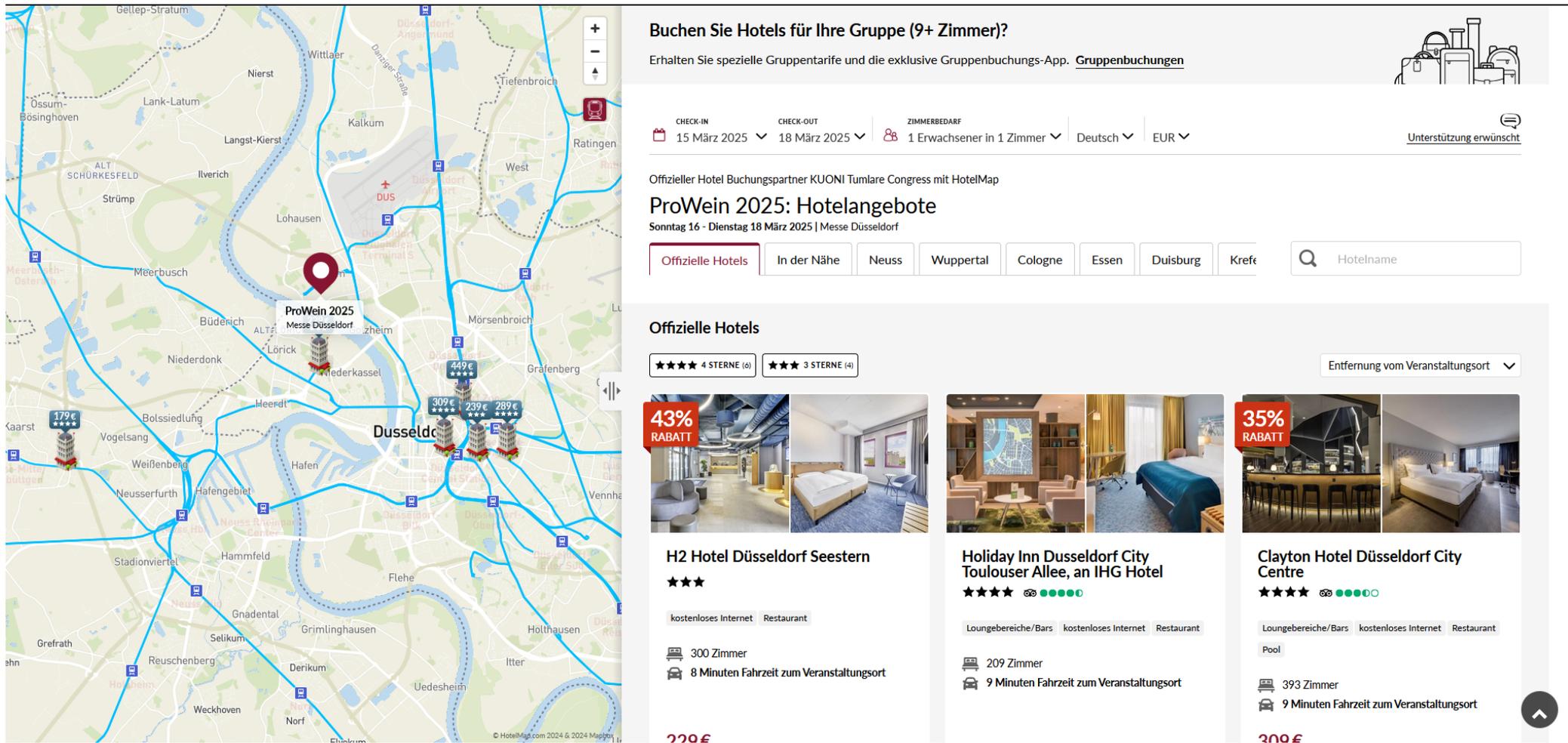
Flächenmanagement auch für Kleinverkehre notwendig

Park - Ticket		BE70113 113-0096	
Zone	2689343 / 1B50 / BAR		
M max. 5m			
Zufahrt/access: alle Tore	VALVE WORLD EXPO 29.11.2022 - 01.12.2022 225971130096		

- 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



Buchen Sie Hotels für Ihre Gruppe (9+ Zimmer)?
Erhalten Sie spezielle Gruppentarife und die exklusive Gruppenbuchungs-App. [Gruppenbuchungen](#)

CHECK-IN: 15 März 2025 | CHECK-OUT: 18 März 2025 | ZIMMERBEDARF: 1 Erwachsener in 1 Zimmer | Deutsch | EUR | [Unterstützung erwünscht](#)

Offizieller Hotel Buchungspartner KUONI Tumlare Congress mit HotelMap

ProWein 2025: Hotelangebote

Sonntag 16 - Dienstag 18 März 2025 | Messe Düsseldorf

[Offizielle Hotels](#) | [In der Nähe](#) | [Neuss](#) | [Wuppertal](#) | [Cologne](#) | [Essen](#) | [Duisburg](#) | [Krefe](#) |

Offizielle Hotels

★★★★ 4 STERNE (6) | ★★★ 3 STERNE (4) | Entfernung vom Veranstaltungsort

43% RABATT



H2 Hotel Düsseldorf Seestern
★★★
kostenloses Internet | Restaurant
300 Zimmer
8 Minuten Fahrtzeit zum Veranstaltungsort
220€



Holiday Inn Düsseldorf City
Toulouser Allee, an IHG Hotel
★★★★ |  
Loungebereiche/Bars | kostenloses Internet | Restaurant
209 Zimmer
9 Minuten Fahrtzeit zum Veranstaltungsort

35% RABATT



Clayton Hotel Düsseldorf City Centre
★★★★ | 
Loungebereiche/Bars | kostenloses Internet | Restaurant
Pool
393 Zimmer
9 Minuten Fahrtzeit zum Veranstaltungsort
200€

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 hervorsteht“

Nutzen: Bessere Auffindbarkeit durch Hervorhebung

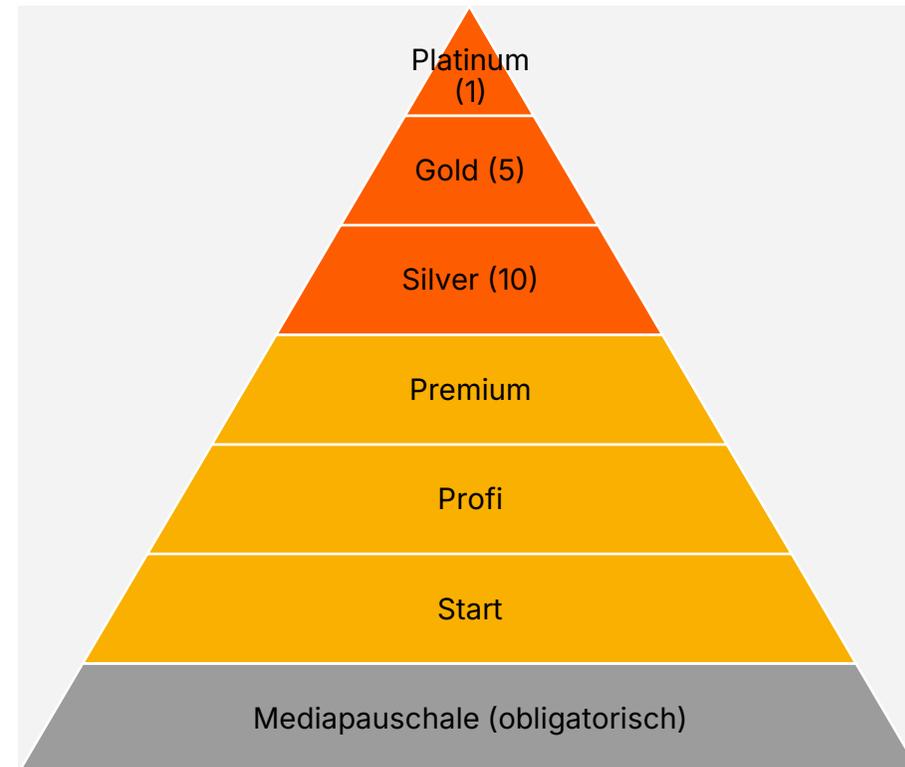
Zielgruppe: Alle Aussteller, Ziel 40 Prozent der vermarktungsrelevanten Aussteller

- Mediapauschale

„Einer von vielen“

Nutzen: Listung als Aussteller mit Basis-Informationen in allen Messemedien.

Zielgruppe: Alle Aussteller (verpflichtend)



Neue 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

Das richtige Marketingpaket für Ihr Unternehmen

Egal ob Start-Up, mittelständisches Unternehmen oder großer Konzern: Wir haben das passende Paket für Sie!

START

799 € zzg. MwSt.

Der Preiswerte Marketing-Einstieg

- ✓ Mehr digitale Reichweite und Leads für Ihr Unternehmen
- ✓ Mehr Branding durch erhöhte Logo-Sichtbarkeit

[Alle Details](#)

Jetzt buchen

PROFI **UNSER TIPP!**

1399 € zzg. MwSt.

Der Preis-Leistungs-Sieger

- ✓ Beeinhaltet alle Leistungen aus dem Starterpaket
- ⊕ **Eweiterte Reichweite Ihres Unternehmens – digital und in allen Hallenplänen der Messemedien**
- ⊕ **Top-Ranking Ihres Unternehmens in den Trefferlisten – mit dem Eintrag **Top of the List!****

[Alle Details](#)

Jetzt buchen

PREMIUM

2199 € zzg. MwSt.

Das Leistungspaket der Extraklasse

- ✓ Beeinhaltet alle Leistungen aus dem Profipaket
- ⊕ **Maximale Reichweite Ihres Unternehmens und Ihrer Produkte**
- ⊕ **Exklusive Darstellung Ihres Unternehmens in den Trefferlisten durch **Premiumlisting****

[Alle Details](#)

Jetzt buchen

Medienpauschale

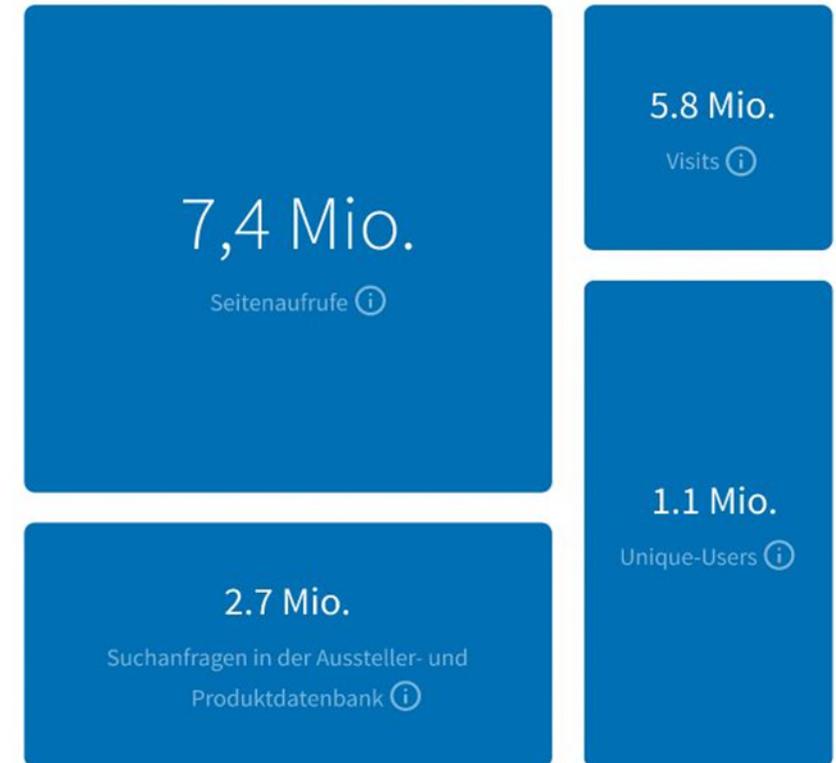
Unserer Reichweite als digitale Währung

- 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**

Mediafacts

Digitale Facts 2021

MEDICA



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

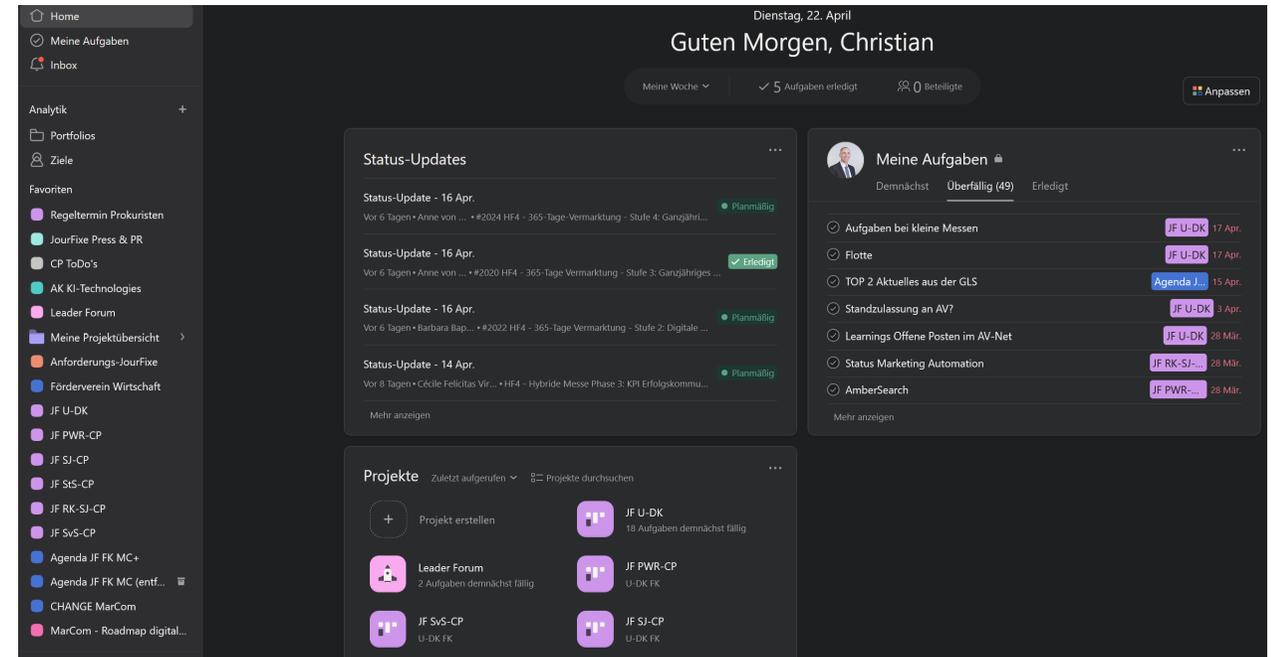
Mobiles Arbeiten und Asana als zentrales Tool für Projekte und individuelle Arbeitsorganisation

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
Mitglieder
↑ 5 in den letzten 30 Tagen

413
Teams
↑ 2 in den letzten 30 Tagen

3.544
Projekte
Keine Änderung in den letzten 30 Tagen

336.055
Aufgaben
↑ 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:



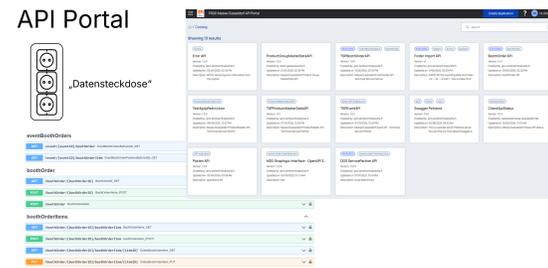
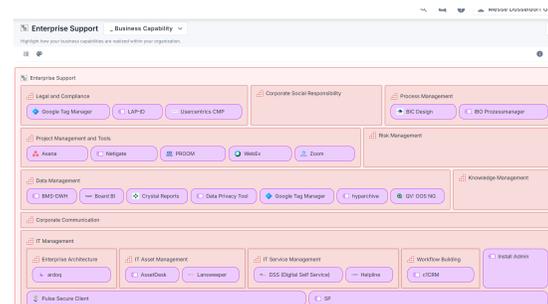
- 1) Incident Response: Ein Dienstleister unterstützt ab Q4/25 im Ernstfall eines kritischen Angriff vor Ort (Verfügbarkeit 24/7).
- 2) DDoS-Schutz: Als Schutz gegen Distributed Denial of Service Attacks werden wirksame Maßnahmen beim Internetanbieter etabliert.
- 3) Sensibilität der Belegschaft in Bezug 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

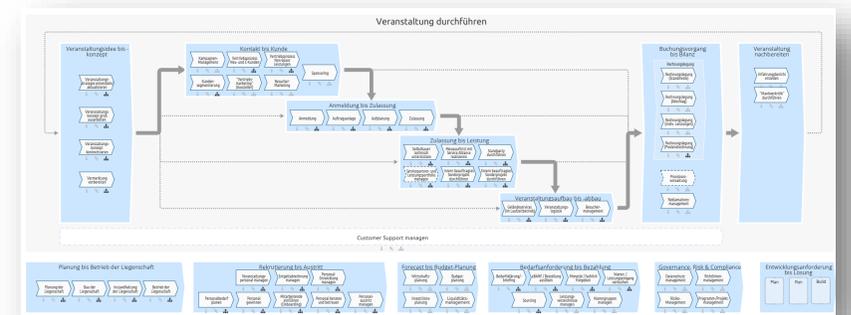
Enterprise Architektur und Schnittstellen

- 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
<p>Pressemittteilung erstellen</p> <p>Jedes Jahr werden ähnliche Pressemeldungen zu Awards oder Bühnen geschrieben. Hier braucht es immer frische Wordings.</p>	<p>1. Bitte erstelle mir auf Basis dieser Landing Page eine Pressemittteilung 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: LNK Zur alten PM</p> <p>2. Diverse Nachfragen zu Überschriften, Kürzungen, ansprechenderen Duktus, Statements</p>	<p>Es entsteht ein neuer Text, der überprüft und sprachlich gekürzt wird. Dann wird der Text ggf. noch in DeepL Write gecheckt auf Verbesserungspotenzial.</p>	<p>Die Qualität des Ergebnisses ist teils sehr gut, wichtig ist, Infomaterial einzureichen. Die Zeitersparnis beträgt sicherlich eine halbe Stunde.</p>

Beispiel für Use Case ChatGPT

Usecase	Prompt	Ergebnis	Bewertung
<p>Die Erstellung eines Logos/Icons für Mitarbeitendenbefragungen. Dabei sollten verschiedene KI-Tools wie Ideogram, Leonardo.ai und DALL-E von ChatGPT genutzt werden.</p>	<p>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.</p>	<p>Es hat länger gedauert, bis ein zufriedenstellendes Ergebnis generiert wurde, aber es war eine Basis, mit der man arbeiten konnte.</p>	<p>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.</p>

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*



„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

Remote Besucher



- Interesse am Content
- Gezielte Ausstellersuche und Termine
- Diskussion mit Teilnehmern vor Ort und digital

Remote Vortragender



Remote Aussteller



KONTAKTE für Terminplanung

KATALOG zur Ausstellersuche und Vorabinfo

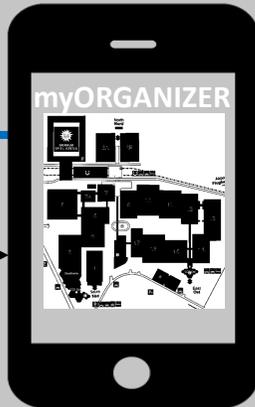
MATCH-MAKING

PROGRAMM zur Selektion & Terminplanung

LIVE STREAM on demand & Übertragung

ONLINE

ON SITE



Besucher

AUSSTELLER ON SITE

Präsentation Live / Demo

Scan2Lead

Forum A



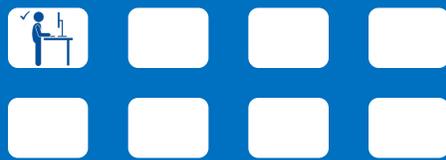
Forum B



live einspielen

sichtbar für Besucher

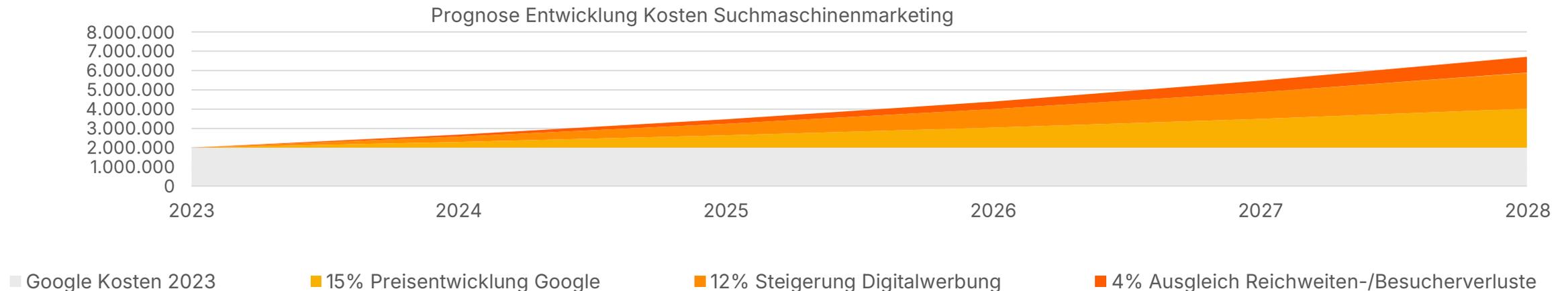
VIRTUAL VILLAGE



Motivation für 365-Tage-Logik

Kosten für bezahlte Reichweite steigen aktuell und in Zukunft extrem an

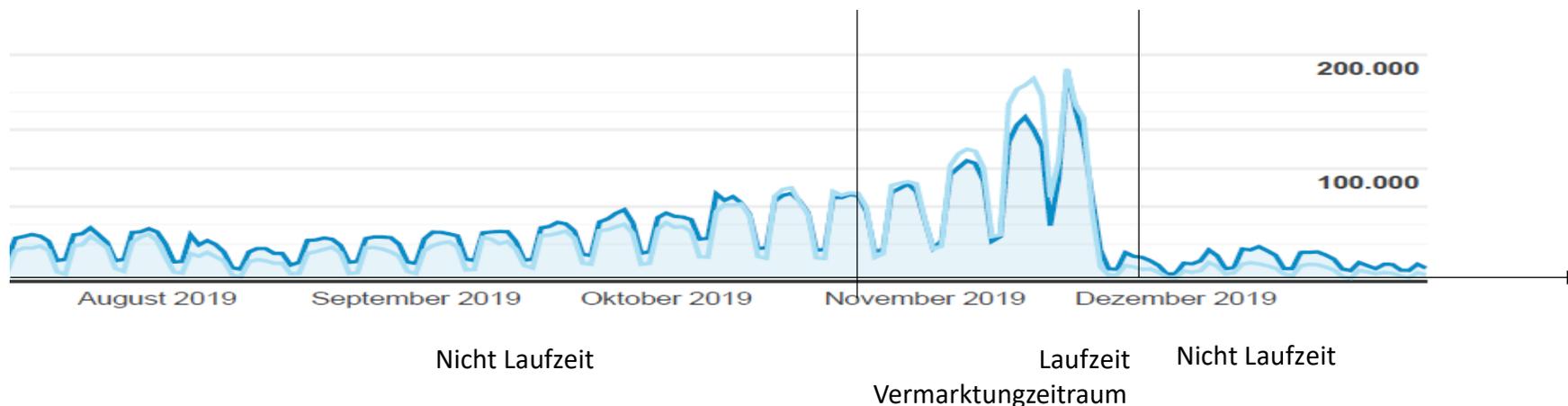
- Ca. 70 % aller Zugriffe auf Seiten der MD kommen über Suchmaschinen (fast ausschließlich Google)
- Davon 15 % über bezahlte Suchmaschinenwerbung
- Preis für bezahlte Werbung auf Google steigt seit 2022 pro Jahr um jeweils > 20 Prozent
- KI-basiertes One-Click-Search lässt diesen Strom erliegen und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



Motivation für 365-Tage-Logik

Vor Messelaufzeit muss heute die Messemarke über bezahlte Werbung gestärkt werden

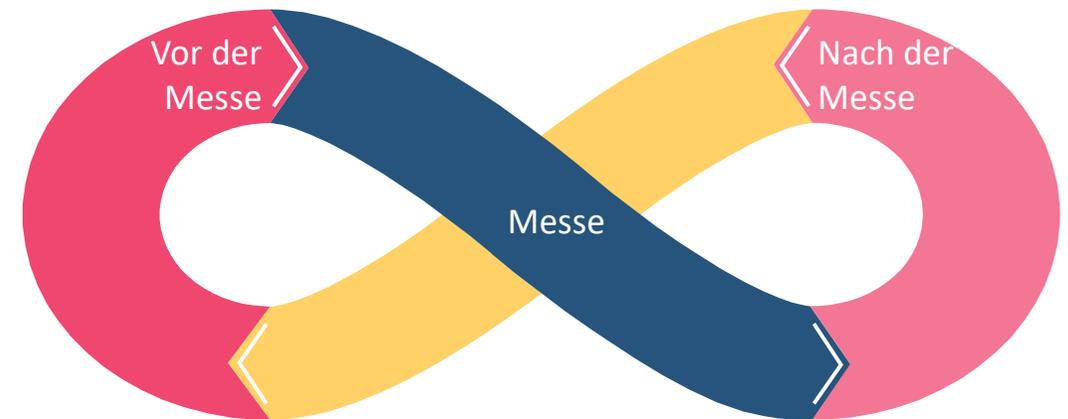
- Das nachlassende Interesse an der Messe muss vor jeder Laufzeit durch bezahlte Reichweite aufgefangen werden.
- Außerhalb des Vorlauf- und Laufzeit sinkt die Interaktivität der geschaffenen Community und damit auch der mediale Wert der Messemarke.
- Medienumsätze sind aktuell ausschließlich auf Vorlaufzeit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



PHYSISCH



VIRTUELL



NETWORKING



- » MATCHMAKING
- » SOCIAL MEDIA



EXHIBITION



- » AUSSTELLERPROFILE
- » WEBSESSIONS



CONFERENCE



- » LIVESTREAMS
- » ON-DEMAND

Mögliche Geschäftsmodellweiterentwicklungen

Konzeptfolie:
Pakete und
Preise fiktiv

365 Tage Abo in
Branchen-
community

(virtuelle)
Zwischenevents

Präsenzmesse
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-Brancheneintrag 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 die 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

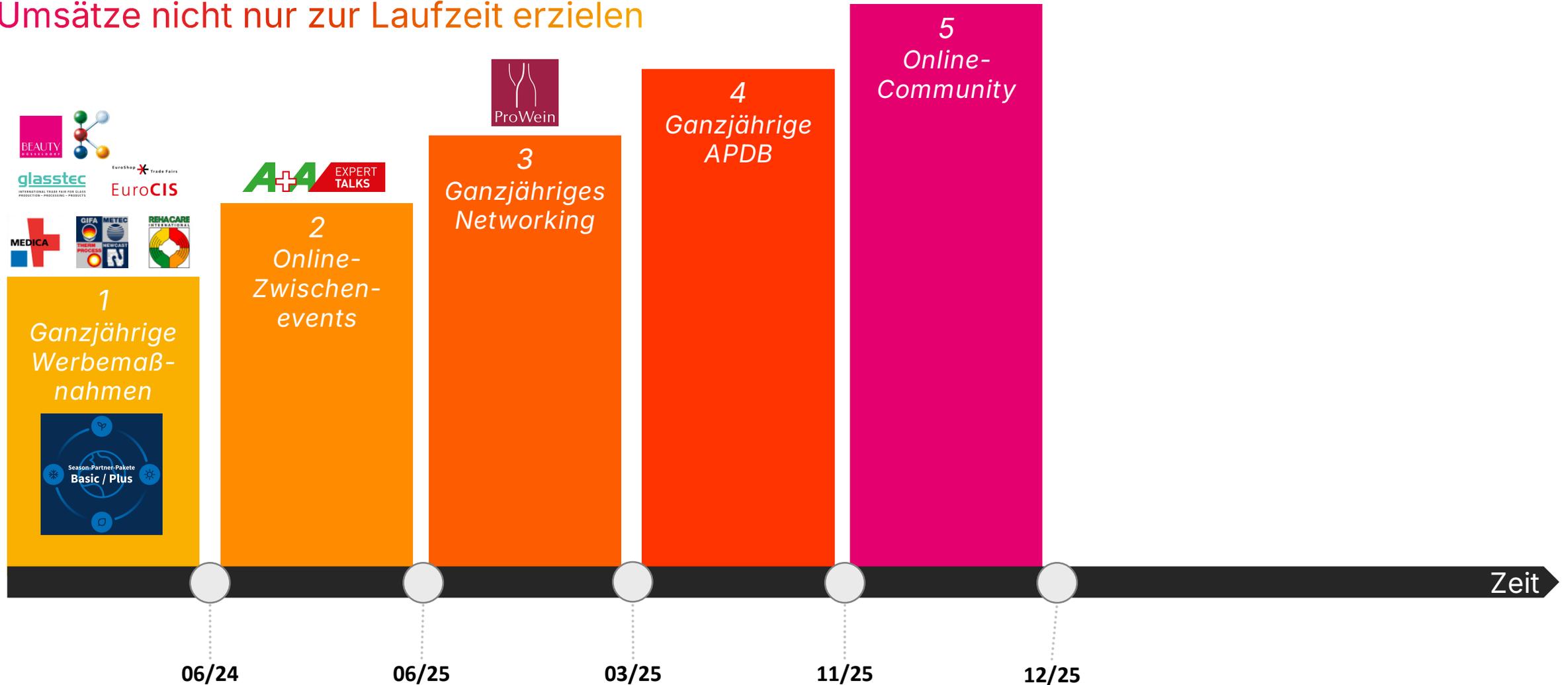
- Wissensvermittlung, Branchennews und Vernetzung als Grundfunktionen für Teilnehmer
- Schaffung von weiteren relevanten vermarktbar Angeboten für die Aussteller
- Öffnung für Nichtaussteller und Nichtbesucher

365-Tage-Inhalte

- Redaktionelle, virtuelle und SoMe-Inhalte als Basis für ein überzeugendes Nutzererlebnis
 - Anregung von User-Generated-Content 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 Messenvorbereitung, -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 Wegführung (für häufiger wechselnde Messen) und bietet weitere Werbeflächen für Aussteller.



Danke für Ihre
Aufmerksamkeit!