

Michael Rambach (Trendfairs) zum Thema Virtuelle Messe

Keine Notlösung – sondern Add-on

Im Zuge der Pandemie musste Trendfairs gleich mehrere Messen absagen. Statt in Löhne feierten die Herbst-Neuheiten 2020 Premiere im virtuellen Raum, und statt in Salzburg trifft sich die Branche vom 3. bis 7. Mai auf www.kuechenwohntrends.at. Wobei zahlreiche Veränderungen den Auftritt besucherfreundlicher und lebendiger gestalten. Warum der hybride Weg nicht nur eine Chance, sondern auch alternativlos war, erklärt Trendfairs-Geschäftsführer Michael Rambach.



der küchenprofi: Von Haus aus sind Sie Macher physischer Messen, Herr Rambach, und das ist Ihre Existenzgrundlage. Dennoch hatten Sie schon vor der Corona-Krise die Idee, ein Online-Portal aufzubauen. Was gab den Impuls dafür?

Michael Rambach: Unser Tun besteht im Wesentlichen darin, Produkte, Leistungen und Menschen zusammenzuführen. Aber: Keine Messen – kein Neuheitenimpuls – keine Weiterentwicklung. Ohne Weiterentwicklung folgt Stillstand. Deshalb sind Messen von enormer Bedeutung für die Weiterentwicklung aller Beteiligten.

Zusammenführen geht nirgendwo besser als auf einem Marktplatz. Dort erreicht man sowohl Stammkunden als auch Neukunden und hohe Aufmerksamkeit. Das ist ohne Zweifel mit einer physischen Messe am besten zu realisieren. Weil nichts über ein Live-Erlebnis geht, das alle Sinne anspricht. Da sich jedoch nicht alle Menschen – unabhängig von der Pandemie – immer an der gleichen Stelle befinden können, gilt es, Ergänzungen zu schaffen. Diese sollten viele Elemente einer physischen Messe beinhalten: das Suchen und Finden, Informieren, Entdecken, Sich-inspirieren-lassen und Kommunizieren. Alle diese Elemente haben wir in unser neues „VMP“ (Virtuelles Messe Portal) einfließen lassen, das nun für alle Trendfairs-Events zum Einsatz kommt.

der küchenprofi: Sind also „Kuechenwohntrends.at“ und „Kuechenherbst.online“ mehr als Notlösungen, weil die klassischen Messen ausfallen mussten?

Michael Rambach: Natürlich hat die Pandemie eine enorme Dynamik in dieses Projekt gebracht und es wurde noch zusätzlich befeuert von Beteiligten der Branche. „VMP“ ist jedoch keine Alternative, es ist eine Ergänzung und wird auch zukünftig weiterentwickelt.

der küchenprofi: Ein professionelles Portal aufzustellen, erfordert von Veranstalter-

und Ausstellerseite viel Knowhow. Wie stellt sich dies aktuell in der Branche dar – und hat sich dies durch den Digitalisierungsschub noch verbessert?

Michael Rambach: Wir sind ein kleines Team, das vor allem den Willen hat, etwas Neues auf die Beine zu stellen und es detailverliebt umzusetzen. Darüber hinaus stehen uns Experten zur Seite, die in diesem Business über eine fundierte Expertise verfügen, die Trendfairs nahe sind und darüber hinaus auch die Branche kennen.

Manche Aussteller sind weiter als wir vermuten, viele befassen sich mit dem Thema und am Ende ist das Befüllen mit „Content“ einfacher, als man denkt. Und Aussteller, die einmal dabei waren, können ihren Content für alle Messen der Trendfairs weiterverwenden.

der küchenprofi: Welche Learnings haben sich für Trendfairs in den vergangenen Monaten ergeben?

Michael Rambach: Die wichtigsten Learnings sind: Weg von „So tun, als ob es eine physische Messe ist“ mit virtuellen Hallen und Infocountern und hin zu „Entdecken von Neuheiten, Trends, Highlights und Themenwelten“. Außerdem wollen wir die Kommunikation von Besuchern zu Ausstellern sowie zwischen den Besuchern fördern. Besonders auch „Live-Auftritte“ von Ausstellern, denn das kommt gut an. Wir möchten den Besuchern einfach die Chance bieten, Welten zu „erobern“, die bei einem normalen Messebesuch nicht so leicht entdeckt werden können. Um die Marke, Neuheiten und Highlights zu präsentieren, wurden viele Möglichkeiten für die Kommunikation geschaffen.

der küchenprofi: Andererseits wird inzwischen die digitale Informationsflut zum Problem: Onlineevents schießen „wie Sternschnuppen aus dem Orbit“. Gerade handwerklich orientierte Menschen fühlen sich davon leicht überfordert. Wie kann man dem begegnen?

Michael Rambach: Da bin ich bei Ihnen. Jedoch gibt es auch Online-Messeplattformen, die für online-affine Besucher geschaffen wurden und selbst für diese sehr unübersichtlich sind. Wir haben viele Besucher nach der Premiere von kuechenherbst.online befragt, zugehört und eine einfache, logische Bedienung geschaffen.

Dem Besucher ist es lieber, auf einer einzigen Plattform soviel wie möglich zu finden, als digitale Einzelauftritte zu besuchen. Er möchte jedoch Informationen erhalten, die er auf der Webseite des Ausstellers nicht genauso finden würde.

der küchenprofi: Hybride Konzepte bergen auch das Risiko zur Kannibalisierung. Nach dem Motto: Wenn der Onlineauftritt schon reicht, brauche ich ja keine echte Messe mehr. Vor allem unter dem Kostenaspekt. Welche Zukunftsperspektive sehen Sie für Ihre beiden Formate?

Michael Rambach: Gehen wir davon aus, dass sich in den kommenden Jahren die Besucherzahlen der physischen Messen beispielsweise bei 85 Prozent gegenüber 2019 bewegen. Wenn wir es dann mit dem hybriden Modell schaffen, die Besucherquote auf 100 Prozent oder mehr zu erhöhen, generieren wir für alle Beteiligten einen enormen Mehrwert. Entwickeln sich die Online-Teilnehmerzahlen in den Folgejahren weiter nach oben, steigt dieser Mehrwert. Die Wahrscheinlichkeit, dass sich das Verhältnis physisch zu online umkehrt, ist kaum vorstellbar.

Auch für die kuechenwohntrends.at und moebel-austria.at wird es wieder Aussteller geben, die nur online teilnehmen. Der größte Teil jedoch ist physisch und virtuell dabei. Wir werden das Echo auf die neuen Ansätze aufmerksam beobachten und die Erkenntnisse daraus in die nächsten Plattform von kuechenherbst.online einbringen. Alles bleibt eine ständige Weiterentwicklung.