

Digitale Messen meistern

Marko Göls, Head of Projects bei Digitalsunray: Digitale Veranstaltungsformate sind gekommen, um zu bleiben – auch im Messegeschäft.

Gastkommentar

••• Von Marco Göls

WIEN. Fast zwei Jahre lang haben uns digitale Meetings, virtuelle Weiterbildungen und Online-Feiern begleitet. Langsam tritt die Pandemie in den Hintergrund: endlich wieder „persönlich“! Aber digitale Veranstaltungsformate werden uns erhalten bleiben, denn sie haben viele Vorteile.

Was gilt es bei digitalen Messen zu beachten? Zunächst muss man die Möglichkeiten, die der digitale Raum gibt, auch nutzen. Für die L14-Berufsinfomesse von AK Wien und Bildungsdirek-



© Digitalsunray (2)

Fokus ist besonders wichtig. Eine kürzere Besuchsdauer hat auch Konsequenzen für die Belegung von Workshops oder 1:1-Formaten wie Beratungschats.

Ein Sicherheitsnetz spannen

Ob analog oder digital, eine Messe braucht viel Vorbereitung und professionelle Unterstützung. Gerade bei digitalen Veranstaltungen ist es noch schwerer, spontan Dinge anzupassen.

Zusätzliche Testläufe können helfen, etwa wenn es darum geht, Veranstalterinnen, Veranstalter und Expertinnen, Experten mit der konkreten Technik vertraut zu machen. Ergänzende „Fallbacks“ – etwa beim Videostreaming – sind ebenso anzuraten.

Zusammengefasst gilt: Mit einem guten Plan und einer flexiblen Software-Lösung ist vieles möglich. Und wer darüber hinaus noch kreative Ansätze findet, bleibt bei seinem Publikum lange im Gedächtnis.

Marko Göls ist Head of Projects bei der Wiener Fullservice-Digitalagentur Digitalsunray und Autor eines Whitepapers zum Thema.

”

Die Verknüpfung zwischen unterschiedlichen Daten ist überhaupt ein Game-Changer.

Marko Göls
Digitalsunray

“

tion konnten wir beispielsweise eine virtuelle Stadt umsetzen, die als Narrativ für den Messebesuch diente. Im letzten Jahr stürmten 10.000 Jugendliche die virtuelle Messe.

Den jungen Besucherinnen und Besuchern war die Ästhetik aus Videospielen vertraut, ein Gamification-Ansatz sorgte für Spaß, ein auf das Userprofil abgestimmter Routenplaner für Orientierung. Und ein digitaler

Merkzettel dafür, dass wichtige Infos auch später noch verfügbar sind.

Vor- und Nachbereitung

Schon vor der Messe macht es Sinn, regelmäßig zu informieren. Am wichtigsten ist aber wohl die Nachbereitung.

Wer schon im Vorfeld definiert, welche Daten während des Besuchs gesammelt werden, kann später Besucherinnen und Besucher nach Interessen segmentieren und nach der Messe zielgerichtet von sich hören lassen.

Datenverknüpfung

Die Verknüpfung zwischen unterschiedlichen Daten ist überhaupt ein Game-Changer: Für die AK haben wir zum Beispiel die Ergebnisse einer Berufsinteresse-App mit dem Chat verbunden. Die Beraterinnen und

Berater erhielten so sofort einen Überblick über die Interessen der Jugendlichen, um zielgerichtet beraten zu können.

Auf die Zeit achten

Digitale Besucherinnen und Besucher haben eine kürzere Aufmerksamkeitsspanne, ein klarer



Bei der Durchführung von digitalen Messen ist einiges zu beachten.