



Bild: © Messe Stuttgart

„Der persönliche Kontakt ist nicht zu ersetzen“

Die Unternehmenssprecherin der Stuttgarter Messe, Stefanie Kromer, über die Reaktion auf digitale Messen und deren künftige Rolle im Messewesen.

Die Messe Stuttgart hat nach zwei Corona-Jahren seit Frühjahr dieses Jahres wieder Tritt gefasst. Die ersten Messen, Kongresse und Symposien sind erfolgreich veranstaltet worden und für das restliche Messejahr stehen noch rund 35 Veranstaltungen auf dem Programm. Darüber, wie sich die Messe auf künftige Herausforderungen vorbereitet, spricht viaLE mit Stefanie Kromer, der Unternehmenssprecherin der Messe Stuttgart, im Interview.

Frau Kromer, nach den Erfahrungen mit Corona: Welche Rolle werden digitale Messen in Zukunft spielen?

„Die digitale Transformation ist durch die Corona-Pandemie sicher beschleunigt worden. Unsere Erfahrungen aus den vergangenen zwei Jahren haben jedoch gezeigt, dass sich das Messewesen nicht vollständig digitalisieren lässt. Einzelne Themen und Schwerpunkte sind allerdings durchaus digital abbildbar. So haben wir beispielsweise gute Erfahrungen mit digitalen Formaten in den Bereichen Finanzen oder Bildung gemacht.“

Die größte Herausforderung von digitalen Messekonzepten ist wohl, dass spontane Begegnungen und der persönliche Kontakt verloren gehen.

„Die Erfahrungen in der Corona-Zeit haben deutlich gemacht, dass spontane Begegnungen und der persönliche Kontakt nur sehr begrenzt zu ersetzen sind. Der persönliche Kontakt ist ein menschliches Grundbedürfnis, das sich auch aus dem Geschäftsleben nicht verbannen lässt. Bei unseren digitalen Formaten, beispielsweise der R + T digital, konnten wir zwar digitale Kommunikationsmöglichkeiten und somit ‚Räume der Begegnung‘ ermöglichen, aber trotzdem bekamen wir von Allen zurückgespiegelt, dass man sich die Präsenzformate sehnlichst zurückwünscht.“

Bringt der Verlust der persönlichen Begegnungen auf Messen für die Aussteller Nachteile bei der Gewinnung von Kunden mit sich?

„Messen sind Dreh- und Angelpunkt für neue Verbindungen und bieten vielfältige Möglichkeiten für persönliche Gespräche und haptische Erfahrungen mit Produkten. Diese Funktion ist allenfalls rudimentär digital abzubilden. Insofern ist eine wichtige Lehre aus den

Pandemiejahren, dass sich das etablierte Messemodell keineswegs überholt hat. Im Dialog mit unseren Ausstellerinnen und Ausstellern erhalten wir die Rückmeldung, dass rein digitale Formate bei vielen Unternehmen neben weniger Umsatz auch zu einem Rückgang der Geschäftskontakte geführt haben. All das zeigt, dass rein digitale Events keine Alternative zu Veranstaltungen in unseren Hallen sind.“

Wie müssen wir uns die Messe der Zukunft in den nächsten zehn Jahren ganz konkret vorstellen?

„Messen werden immer ein Ort des Zusammenkommens und Erlebens bleiben – in Präsenz und zunehmend auch in digitalen Welten. Die Pandemie hat uns deutlich gemacht, dass der direkte Dialog und der persönliche Kontakt durch digitalen Alternativen nicht zu ersetzen sind. Messen sind der Marktplatz, auf dem Menschen andere Menschen treffen wollen. Dennoch ist klar, dass wir uns in einem Wandel befinden. Die digitale Transformation führt dazu, dass hybride Modelle verstärkt Teil unserer Veranstaltungen werden. Gleichzeitig wird sich unserer Auffassung nach der schon vor der Corona-Zeit zu beobachtende Trend zu kontinentalen Leitmessen statt globalen Events weiter verstärken.“