

HSHL-Studie zur zukünftigen Entwicklung von Messen und Veranstaltungen nach der Coronavirus-Pandemie

Messen und Veranstaltungen sind für mittelständische Unternehmen sehr wichtige Kommunikationsinstrumente. Das Marketing-Foresight-Lab der Hochschule Hamm-Lippstadt (HSHL) hat jetzt untersucht, inwieweit die Auswirkungen der Coronavirus-Pandemie dieses Werkzeug verändern werden. Nach dem monatelangen, Pandemie-bedingten Ausfall von Präsenzmessen sowie ersten Erfahrungen mit digitalen Formaten ist die Zukunft von Präsenzmessen ungewiss. Zusammen mit zehn Expertinnen und Experten (u.a. Deutsche Messe, DMEXCO) wurden folgende Trends ausgemacht:

- Präsenzmessen müssen einen Mehrwert bieten, der digital nicht erreicht wird
- Ein Kulturwandel zu mehr „Trial and Error“ bei allen digitalen Formaten ist nötig

Das Projekt „Digitale Kundenschnittstelle“ der HSHL untersucht den digitalen Kundenkontakt regionaler, kleiner und mittelständischer Unternehmen. Im „NRW Marketing Foresight Lab“, welches ausgewählte Themen des digitalen Kundenkontakts untersucht und einen Vorschauprozess von fünf Jahren organisiert, beleuchteten Prof. Dr. Uwe Kleinkes, Studiengangsleiter „Technisches Management und Marketing“, Marcel Hildebrand, wissenschaftlicher Mitarbeiter an der HSHL, sowie der Masterand Marijan Schulte, unterstützt durch InnoZentOWL und die Wirtschaftsförderung Dortmund, die zukünftige Entwicklung und den Einfluss der Coronakrise auf das Messegeschäft. Das wesentliche Ergebnis ist, dass der Digitalisierungsgrad einer Messe in fünf Jahren messespezifisch sein wird. Eine große Bandbreite an Messen, von rein analog bis komplett digital, ist denkbar.

Messen und Veranstaltungen brauchen einen tiefgreifenden Kulturwandel

Damit Präsenzmessen auch zukünftig noch eine wichtige Rolle spielen, müssen sie einen Mehrwert bieten, der digital nicht erreicht werden kann. Möglichkeiten wie Matchmaking, Inhalte on demand, Live-Chats und die digitale Vernetzung von Messeteilnehmenden werden zunehmend gefragt. Im Einzelfall werden die Ausstellerinnen und Besucher genaustens prüfen, ob die Reise zur Messe noch notwendig ist, denn durch digitale Tools wird der Messeerfolg planbarer.

Weitere Informationen unter: <https://www.hshl.de/forschungsprojekt-dks/>

Ihre Untersuchungen und Diskussionen zum Thema „*Wie funktionieren Messen und Veranstaltungen in 5 Jahren?*“, Bedürfnisse und Anforderungen der Aussteller und Besucher als auch die zukünftige Entwicklung von Messen“ führten die HSHL-Wissenschaftler mit Holger Bödeker (AMA Service GmbH), Dr. Matthias Böttcher (IHK Lippe), Sabine Hintz (Raith GmbH), Dörte Hoffmann (HNP Mikrosystemtechnik GmbH), Orkide Karasu (IVAM), Prof. Dr. Dominik Matyka (Unternehmer), Lars Pfeifer (Murtfeldt Kunststoffe GmbH & Co. KG), Benjamin Schattenberg (IHK Ostwestfalen), Daniela Stack (Deutsche Messe AG) und Christian Terhechte (Neuland-Medien GmbH) während des

Prof. Dr.-Ing. Kira Kastell
Präsidentin

Johanna Bömken
Leiterin Kommunikation und Marketing

Fon +49 2381 8789 - 105
johanna.boemken@hshl.de

Hamm, 05.07.2021

Postanschrift
Hochschule Hamm-Lippstadt
University of Applied Science
Marker Allee 76 – 78
59063 Hamm

Besucheradresse
Gebäude H 2.1
Marker Allee 76 – 78
59063 Hamm

Web
hshl.de

Sommersemesters 2021 durch.

Weitere Informationen:

<https://www.hshl.de/forschungsprojekt-dks/>

www.digital-verbunden.net

Über die Hochschule Hamm-Lippstadt:

Seit 2009 bietet die staatliche Hochschule Hamm-Lippstadt ein innovatives Studienangebot mit Fokus auf Ingenieurwissenschaften, Naturwissenschaften, Informatik und Wirtschaft. Aktuell sind rund 6200 Studierende in 14 Bachelor- sowie zehn Masterstudiengängen eingeschrieben. An Standorten in Hamm und Lippstadt verfügt die Hochschule über modernste Gebäude mit rund 15.000 Quadratmetern Laborflächen. Gemeinsam legt das Team mit Präsidentin Prof. Dr.-Ing. Kira Kastell und Kanzler Karl-Heinz Sandknop den Fokus auf interdisziplinäre Ausrichtung, Marktorientierung, hohen Praxisbezug und zukunftsorientierte Forschung.

www.hshl.de