

Neue digitale Events und Services: Messe Düsseldorf startet in hybriden Messe-Herbst

glasstec VIRTUAL und drupa preview zur Einstimmung auf 2021
Stärkung des Formats „Hybride Messe“



Die Messe Düsseldorf baut ihre Digitaloffensive deutlich aus: Unter dem Stichwort „Hybride Messe“ erweitert und optimiert sie ihre digitalen Serviceangebote, gründet neue virtuelle Events – und stärkt so den hybriden Charakter ihrer Weltleitmessen. Bei hybriden Messen handelt es sich um einen Mix aus der physischen Veranstaltung vor Ort und digitalen Angeboten. Dies festigt die führende Position der Düsseldorfer Weltleitmessen als zentrale Kommunikations- und Informationsplattformen ihrer jeweiligen Branche – zu den Messelaufzeiten und über das ganze Jahr hinweg. In diesem Sinne werden die internationalen Leitmessen glasstec und drupa im Oktober mit neuen virtuellen Events aufwarten, die ihre Communitys auf die Branchentreffpunkte 2021 in Düsseldorf einstimmen werden. Auch weitere Düsseldorfer Nummer-eins-Veranstaltungen sowie Gastveranstaltungen weiten ihre Digitalangebote massiv aus.

Wolfram N. Diener, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe Düsseldorf, sieht in hybriden Messeformen als Ergänzung zur physischen Messe die Zukunft: „Die Wirtschaft braucht digitale Formate genauso wie Live-Kontakte und Erlebnisse vor Ort. Unsere Weltleitmessen bieten beides. Online finden sie schon längst 365 Tage im Jahr statt und haben sich dort zur ersten Anlaufstelle ihrer jeweiligen Branche entwickelt.“ Die Aussteller präsentieren sich und ihre Produkte auf den Online-Portalen der Düsseldorfer Messen und treten über die Matchmaking-Funktion mit ihren Kunden in Kontakt. „Wir entwickeln diese Angebote kontinuierlich weiter, um die Inhalte unserer Kunden noch attraktiver und nutzerfreundlicher aufzubereiten – und unsere Weltleitmessen zu dem zu machen, was sie sind: die Dreh- und Angelpunkte ihrer Branche. Zu jeder Zeit. Auf allen Kanälen“, betont Diener.

Neue digitale Formate für drupa und glasstec

Als erste Düsseldorfer Weltleitmessen werden die drupa – no.1 for printing technologies, und die glasstec, die weltgrößte Messe der Glasbranche, im Oktober zwei neue digitale Events lancieren: die **drupa preview** und die **glasstec VIRTUAL**. Die neuen Digitalformate mit den drei Bereichen Conference Area, Exhibition Space und Networking Plaza werten die Zeit bis zu den Veranstaltungen 2021 deutlich auf und ermöglichen es den Branchenakteuren, schon vorab zu netzwerken, sich zu präsentieren und zu informieren. Im **Exhibition Space** können Aussteller Produktinformationen und Videos einstellen. Darüber hinaus können sie in der **Conference Area** Websessions anbieten, bei denen die Teilnehmer in Interaktion mit den Referenten treten können.

Zur glasstec VIRTUAL finden hier vom 20. bis 22. Oktober 2020 interaktive Fachvorträge und Panel-Diskussionen zur aktuellen Marktsituation und zu globalen Trendthemen statt. Die drupa preview bietet ab Ende Oktober in ihrer Conference Area regelmäßig neue Teaser-Videos von hochkarätigen internationalen Speakern zu den Highlight-Themen der drupa-Foren 2021 sowie Kurzinterviews mit Branchenexperten an. Auf der **Networking Plaza** finden Branchenakteure über das neue Matchmaking Tool für sie relevante Teilnehmer, mit denen sie in Kontakt treten können und sich in virtuellen Räumen treffen und austauschen können.

Dr. Christian Plenge, Bereichsleiter Digitale Strategie und Kommunikation, hebt den Vorteil gerade in diesen Zeiten hervor: „Live-Kontakte finden in Corona-Zeiten unter neuen Rahmenbedingungen statt, sie werden exklusiver und erhalten eine höhere Wertigkeit. Zugleich gewinnen Online-Formate für Kommunikation, Präsentation und Vertrieb an Bedeutung. Unsere Messen sind schon seit Langem hybrid im Rahmen der Digitalen Transformation, die eine strategische Säule der Messe Düsseldorf darstellt. Die aktuelle Situation fungiert nun als zusätzlicher Motor für unser digitales Angebot.“ Auch die anderen Düsseldorfer Weltleitmessen werden ihre digitalen Angebote und Services weiter ausbauen – so auch die im November anstehende MEDICA.

Eine Industrie, ein Portal

In den Portalen der Düsseldorfer Weltleitmessen finden sich aktuell außer Informationen über Aussteller-Kontaktpersonen, News und Standveranstaltungen rund 34.000 Firmenprofile sowie mehr als 105.000 Produktbeschreibungen in Text und Bild. Zu den digitalen Angeboten der Messe Düsseldorf zählen beispielsweise auch der [drupa Blog](#), das [MEDICA Magazin](#) der gleichnamigen Medizintechnikmesse, [TIGHTLY PACKED](#), das E-Magazin der Verpackungsmesse interpack sowie [EuroShop 365](#) der Einzelhandelsmesse EuroShop. Wolfram N. Diener betont: „Die Verbindung von branchenrelevanten Inhalten und ausstellerspezifischen Informationen machen die Besonderheit unserer Portale aus. Sie bilden den gesamten Weltmarkt ihrer jeweiligen Industrie ab.“

Gastveranstalter setzen ebenfalls auf hybrid

Für Gastveranstalter, die das Düsseldorfer Messegelände für ihre Fachmessen nutzen, sind hybride Messen ebenfalls von hoher Bedeutung. So findet beispielsweise vom 14. bis 18. September 2020 Deutschlands erste große virtuelle Messe für Fuhrparkentscheider, [flotte.digital](#), statt. Die für März 2020 geplante „Flotte! Der Branchentreff“ war eine der ersten Veranstaltungen, die Corona-bedingt verschoben werden mussten. Mit der flotte digital, die als „hop on hop off“-Format konzipiert ist, bietet der Veranstalter, die Flotte Medien GmbH aus Bonn, Flottenverantwortlichen nun kurzfristig noch in diesem Jahr eine virtuelle Messe sowie ein umfangreiches Fachprogramm – bestehend aus Expertentreffs, Round-Table-Gesprächen, Workshops, Webinaren und Live-Vorträgen, bevor vom 24. bis 25. März 2021 die nächste „Flotte! Der Branchentreff“ wie gewohnt auf dem Gelände der Messe Düsseldorf stattfindet.

Düsseldorf Congress: Angebot für virtuelle und hybride Konferenzen

Die auf Kongresse, Meetings und Events spezialisierte Tochtergesellschaft Düsseldorf Congress hat darüber hinaus ein Angebot für virtuelle und hybride Konferenzen, Hauptversammlungen und Kundenevents sowie für Webcasts gestartet. Sie bietet dafür die großzügigen und flexiblen Räumlichkeiten des CCD Congress Center Düsseldorf als Broadcast-Studio an – ausgestattet mit professioneller Bild-, Ton- und Veranstaltungstechnik. Messechef Diener: „Wir bauen unsere Services kontinuierlich aus – digital und physisch. Im Zentrum stehen die Bedürfnisse unserer Kunden.“

Die Messe Düsseldorf Gruppe

Mit 378,5 Mio. Euro Umsatz im Jahr 2019 konnte die Messe Düsseldorf Gruppe ihre Position als eine der erfolgreichsten deutschen Messegesellschaften behaupten. Auf den Veranstaltungen in Düsseldorf präsentierten in diesem Messejahr 29.222 Aussteller 1,4 Mio. Fachbesuchern ihre Produkte. Damit stiegen sowohl Aussteller- und Besucherzahlen im Vergleich zu den Vorveranstaltungen. Am Standort Düsseldorf finden rund 40 Fachmessen in den fünf Kompetenzfeldern „Maschinen, Anlagen & Ausrüstungen“, „Handel, Handwerk & Dienstleistungen“, „Medizin & Gesundheit“, „Lifestyle & Beauty“ sowie „Freizeit“ statt, darunter 22 eigene N° 1-Messen sowie derzeit 15 starke Partner- und Gastveranstaltungen. Dazu kommen mehr als 1.000 Kongresse, Firmenevents, Tagungen und Meetings der Tochtergesellschaft Düsseldorf Congress mit rund 374.000 Teilnehmern im Jahr 2019. Außerdem organisiert die Messe Düsseldorf Gruppe 75 Eigenveranstaltungen, Beteiligungen und Auftragsveranstaltungen im Ausland und ist eine der führenden Exportplattformen weltweit. Auf den Eigenveranstaltungen in Düsseldorf kamen 2019 rund 73 Prozent der Aussteller und 37 Prozent der Fachbesucher aus dem Ausland an den Rhein. 77 Auslandsvertretungen für 141 Länder – darunter 7 internationale Tochtergesellschaften – bilden das globale Netz der Unternehmensgruppe.

Düsseldorf, den 02. September 2020

Kontakt:

Dr. Andrea Gränzdörffer
Leiterin Unternehmenskommunikation / Pressesprecherin
Tel.: +49 (0) 211/4560-555
Fax: +49 (0) 211/4560-87555
E-Mail: GraenzdoerfferA@messe-duesseldorf.de