

Presse
Press

Neues Ausstellerprofil ermöglicht Unternehmen einen noch besseren digitalen Auftritt



Höherer Kundennutzen durch Ausbau der digitalen Services

Optimierte Auffindbarkeit von Unternehmen und ihrer Produkte auf Messeportalen

Noch einfachere Messevorbereitung für Besucherinnen und Besucher

Düsseldorf, 01. August 2022. Bevor mit dem CARAVAN SALON Ende August der Messeherbst 2022 eingeläutet wird, stellt die Messe Düsseldorf mit dem neuen Ausstellerprofil einen optimierten digitalen Service vor. Das Ausstellerprofil ist das Herzstück des digitalen Messeauftritts der ausstellenden Unternehmen und somit eine wichtige Stellschraube, um von (potentiellen) Kundinnen und Kunden gefunden zu werden – digital und vor Ort auf der Messe. Dabei profitieren sie von der starken Reichweite der Messeportale. Der Relaunch der Ausstellerprofile wurde Mitte Juli über alle Onlineportale der Messe Düsseldorf ausgerollt.

„Unternehmen müssen sich und ihre Produkte nicht nur in den Messehallen, sondern auch online bestens präsentieren. Das neue Ausstellerprofil macht es möglich“, erläutert Wolfram N. Diener, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe Düsseldorf. „Wir denken verstärkt in Plattformen, die wir unseren Kundinnen und Kunden sowohl physisch als auch digital bieten. Auf unseren Online-Portalen finden unsere Messen 365 Tage im Jahr statt. Sie sind die ersten Anlaufstellen ihrer jeweiligen Branche. Um unseren Kundinnen und Kunden den größtmöglichen Nutzen zu bieten, stehen wir mit ihnen in regelmäßigem Austausch und entwickeln unsere digitalen Services, wie die Online-Portale, kontinuierlich weiter.“

Neu ist das moderne und übersichtliche Design des Ausstellerprofils, das für die Benutzung auf dem mobilen Endgerät ebenfalls weiter optimiert wurde. Besucherinnen und Besucher der Datenbanken können das Angebot nach persönlichen Interessen filtern. Dadurch sind Unternehmen, ihre Produkte und Messeevents besser auffindbar. Zudem wurde die Kontaktaufnahme zu den Unternehmen vereinfacht und es können auf Knopfdruck persönliche Favoritenlisten erstellt werden – wodurch auch die Messevorbereitung der Besucherinnen und Besucher deutlich vereinfacht wird.

„Ausstellende Unternehmen haben die Möglichkeit, ihr Angebot attraktiv und übersichtlich darzustellen“, beschreibt Dr. Christian Plenge, Bereichsleiter Digitale Strategie und Kommunikation, den neuen optimierten Service. „Ob Firmen- und Kontaktdaten, News, oder Produktvideos – je besser das Profil gepflegt ist, desto besser werden Unternehmen und Produkte gefunden und bevorzugt angezeigt – wie bei einer Suchmaschine. Durch die Reichweite unserer Messeportale erzielen unsere Kundinnen und Kunden somit maximale Sichtbarkeit für ihre Produkte und ihren Messeauftritt. Nirgendwo erreicht man im Digitalen seine Kundschaft mit weniger Streuverlusten.“

Die starke Reichweite der Messemarken und ihrer Onlineportale ist ein USP der Messegesellschaft: Sie kombiniert eine große Datenbasis, mit hoher Branchenexpertise und breit aufgestellten Netzwerken. Ausstellende Unternehmen

profitieren nicht nur durch die hohe Sichtbarkeit. Sie können die Reichweite der Messeportale auch für weitere Marketingaktivitäten nutzen und somit zusätzliche Leads generieren.

Die Einführung der neuen Präsentationsmöglichkeiten sowie das Zugänglichmachen der reichweitenstarken Fach-Communities der Messen für das digitale Marketing der ausstellenden Unternehmen sind zwei der vielen neuen digitalen Services, die die Messe Düsseldorf in den vergangenen Jahren stetig ausgebaut hat. Hierzu zählen unter anderem der interaktive Hallenplan (2016), das Digital Visitor Information System (D:VIS) mit interaktiven Stelen auf dem Messegelände (2017), das Matchmaking Tool (2018), der Relaunch der Messe-Apps (2019), die digitalen Ausstellerausweise (2020) sowie digitalen Ausstellerparkkarten (2021). Nachdem 2020 erste digitale Events als Alternative in der Pandemiezeit geschaffen wurden, finden seit 2021 alle Messen im Hybridformat statt – mit Streaming, On-Demand-Angeboten, Websessions, Ausstellervideos, Matchmaking und vielem mehr.

Die Messe Düsseldorf Gruppe

Die Messe Düsseldorf zählt zu den erfolgreichsten Messegesellschaften weltweit. Auf ihrem 613.000 Quadratmeter großen Gelände am Rhein finden rund 40 Fachmessen statt, darunter 20 Weltleitmessen. In den 18 Hallen kommen jährlich die internationalen Marktführer und Top-Entscheider unterschiedlicher Branchen zusammen, um Innovationen zu präsentieren und zu entdecken, sich auszutauschen und zu Netzwerken. Zu den Kompetenzfeldern der Messe Düsseldorf zählen „Maschinen, Anlagen und Ausrüstungen“ (u.a. drupa, K, interpack, glasstec, wire und Tube), „Handel, Handwerk und Dienstleistungen“ (EuroShop, EuroCis, ProWein), „Gesundheit und Medizintechnik“ (MEDICA, COMPAMED, REHACARE), „Lifestyle und Beauty“ (BEAUTY, TOP HAIR) sowie „Freizeit“ (boot, CARAVAN SALON). Hinzu kommen jährlich zahlreiche Kongresse, Firmenevents, Tagungen und Meetings der Tochtergesellschaft Düsseldorf Congress. Im Ausland richtet die Messe Düsseldorf 75 Veranstaltungen und Beteiligungen aus. 76 Auslandsvertretungen für 139 Länder – darunter 6 internationale Tochtergesellschaften – bilden das globale Netz der Unternehmensgruppe.

Kontakt:

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