

Innovative Alternative

Digital – Virtuell – Real. Unter diesem Motto steht die diesjährige ProFachHandel der GES (Großeinkaufsring des Süßwaren- und Getränkehandels eG). Die Fachmesse, die sich an Getränke- und Wein-fachhändler richtet, kann 2020 (wie so viele Veranstaltungen) aufgrund der Corona-Pandemie zwar nicht als physische Präsenzveranstaltung auf dem Nürnberger Messegelände über die Bühne gehen. Die GES hat aber gemeinsam mit der Agentur Aldinger&Wolf als Alternative ein innovatives

unterstreicht GES-Vorstandsmitglied Alexander Berger. Von den Besuchern werden im Vorfeld folgende Punkte abgefragt: Funktion innerhalb des jeweiligen Unternehmens, präferierte Produkte bzw. Produktkategorien sowie Größe und Tätigkeitsschwerpunkt des Unternehmens. Auch anhand dieser Informationen erstellt das System einen Algorithmus, den sogenannten Matching-Score, der Aufschluss darüber gibt, wie gut die Interessen der Besucher mit den Angeboten der Aussteller zusammenpassen.

**DIGITAL
VIRTUELL
REAL**

21.-25.09.2020

PRO FachHANDEL
www.profachhandel.de

Konzept entwickelt, das potenzielle Aussteller und Besucher trotzdem rechtzeitig vor dem anstehenden Jahresendgeschäft zusammenbringt und noch dazu dabei hilft, Kosten und Zeit zu sparen.

Das Konzept sieht vor, dass die ProFachHandel 2020 an fünf Tagen (vom 21. bis 25. September) online stattfindet. Die Besucher erwartet ein Messe-Erlebnis in einer 3-dimensionalen Erlebniswelt. Aussteller können aus vorgefertigten Standmodellen auswählen oder sich ihren eigenen, individuellen Stand kreieren lassen. Die Stände können dann mit Grafiken, PDF, Video und Audio bestückt werden. Die dafür vorgesehenen Informationen und Illustrationen können online hochgeladen und in das Standlayout eingebaut werden. Abschließend wird der sogenannte Kontakt-Screen mit digitalen Visitenkarten und Links für Video-Chat (z. B. Zoom) sowie Text-Chat-Funktion gefüllt. Zur optimalen Vorbereitung der virtuellen Fachmesse erhalten die Besucher im Vorfeld von der GES eine „Goodiebox“, die u. a. Produktneuheiten der Aussteller (meist in Form von Miniaturflaschen), Samples, Gadgets oder Prospekte enthält. So können sich die Fachhändler und Einkäufer mit ihren Mitarbeiterteams schon mal einen Eindruck über die Neuheiten verschaffen. Zudem können sich die Messebesucher für Tastings anmelden. In diesem Fall werden die von dem einzelnen Aussteller zur Verfügung gestellten „Tasting Kits“ mit Verkostungsmustern versendet. „Damit beziehen wir die Realität in unser Messekonzept ein. Die Messebesucher erhalten so die Gelegenheit, Artikel haptisch und sensorisch wahrzunehmen“,

Zudem schlägt das System dem Besucher eine intelligente Navigation seines Messebesuches vor. Die Besucher können mit ihren Wunschausstellern individuelle Zeit-Slots für einen persönlichen Online-Live-Chat „unter vier Augen“ vereinbaren – fast so wie im richtigen Leben. Wie das Ganze im Detail funktioniert, erfahren Interessenten in einem Erklärvideo auf der Website www.profachhandel.de. Dort kann man sich anmelden – auch zu Schulungen in denen man für den Umgang mit dem digitalen Format fitgemacht werden soll.

„Wir wollen mit dem Konzept auch Messemuffel ansprechen sowie kleinere Händler, die den Laden selbst schmeißen müssen und deshalb wenig Zeit haben, auf eine Messe zu fahren“, erklärt Berger. „Außerdem sparen die Teilnehmer die Reise- und Übernachtungskosten“, beschreibt Berger die Vorteile der virtuellen Fachmesse. Er sieht darin ein richtungsweisendes Modell für die Zukunft – auch für nationale Messen. „Die angewandte Technik revolutioniert die Kundenansprache und ist in Zeiten von Covid-19 und ‚social distancing‘ ein effizienter Weg, erfolgreiche Kommunikation in Marketing und Verkauf im Einklang der Unternehmensstrategie zu führen“, stellt der GES-Vorstand klar. „Das heißt aber nicht, dass wir die ProFachHandel als physische Präsenzmesse abschaffen wollen. Im Gegenteil: Wenn es die Entwicklungen in Sachen Corona zulassen, werden wir sie 2021 wieder in Nürnberg durchführen“, betont Berger. „Aber vielleicht als Hybrid-Messe – mit einem Online-Angebot für alle Besucher, die nicht persönlich vor Ort sein können.“ -wer-

NOMACO

VINVENTIC
ENGAGEMENT
FÜR SIE
IHREN WEIN
UND UNSERE
ERDE

by  VINVENT