



Benchmark

Orientierung

Best
Practice

Einschätzungen
von Experten

Quo vadis, Messewirtschaft?

**Geschäftsmodelle und (hybride) Formate
Anforderungen an Organisation, Führung und Personal
in der deutschsprachigen Messewirtschaft**

Eine Delphi-Studie von **agendum**
GESELLSCHAFT FÜR MESSEN

Inhaltsverzeichnis

Präambel	3
Studiendesign	4
Experteneinschätzungen Einschätzungen zur Zukunft der Messewirtschaft	6
Messekommunikation im Wandel Vom Fehlen persönlicher Begegnung	14
Auflösung von Silos im Marketing Good or bad news für Veranstalter?	18
Hybride Formate und Preisakzeptanz Unterschiede zwischen digital und face-2-face	22
Strategische Unternehmensführung Leadership, Business Development und Kulturwandel	30
Ausblick und Chancen Geschäftsmodelle für den Weg aus der Krise	38
Worth a Read Literaturtipps	56

Präambel

Juliane Jähne
Partnerin



Oliver Schmitt
Partner

Die Auswirkungen der Corona-Pandemie haben die weltweite Messewirtschaft mit einer ungeahnten Wucht getroffen. Im deutschsprachigen Raum scheinen die Konsequenzen durch die vielfach dominierenden kommunalen und staatlichen Gesellschafter - zumindest für die großen Messeplätze - abgemildert.

Insgesamt sind die Folgen aber für alle Beteiligten von existenziellem Ausmaß. Vor diesem Hintergrund haben wir in der Hochphase des ersten Lockdowns beschlossen, eine Delphi-Studie durchzuführen. Wie schätzen Stakeholder der Messewirtschaft - also Geländebetreiber, Veranstalter, Zulieferer, Verbände, Aussteller und Experten verschiedenster Fachgebiete - die Situation und die Zukunft der Messewirtschaft ein?

Eine Delphi-Studie ist so angelegt, dass die Befragten in einer ersten Runde eine Auswahl von Fragen beantworten. In einer zweiten Runde erhalten dann die selben Befragten die Ergebnisse der ersten Runde aufbereitet vorgelegt. Daraufhin beantworten sie die Fragen erneut. Damit wird nicht nur eine besondere Reflexionstiefe sichergestellt. Durch den zeitlichen Abstand zwischen den zwei Befragungsrunden wird - insbesondere in einem derart dynamischen Umfeld wie der herrschenden Corona-Pandemie - auch der Wandel in der Wahrnehmung und Einschätzung der sich verändernden Rahmenbedingungen berücksichtigt.

Nachfolgend präsentieren wir die Erkenntnisse aus der Studie - angereichert um unsere Einschätzungen und um ausgewählte Anregungen von komplementären Experten.

Studiendesign

Erste Erhebungswelle: 15. Mai bis 15. Juni 2020

Zweite Erhebungswelle: 7. August bis 18. September 2020

Stichprobe:

- 55 teilnehmende Befragte
- 60% C-Level
- 90% Entscheider
- 52% Messgesellschaften und Veranstalter
- 19% Aussteller
- 30% Dienstleister und Verbände
- 37% weibliche Teilnehmende
- 63% männliche Teilnehmende



Das Schlafzimmer
Bett und Kleiderschrank

Wie war es denn in der Zeit
Zum Beispiel im Bett aus Eisenblech, Ausstattungs-
ein Willer-Bett, das von Achter-1840
Das ganz Bettstühle von einem Holzgerüst,
die ein ständlich wichtiger Teil von der Zeit.



Das Bad
Ein sauberes Vergnügen

Im 19. Jhd. Bad geht's sauber zu,
Wollt man sich erfrischen, mit Wasser hat man keinen
Zum Beispiel Kesselchen aus der Natur, die Arbeit
Zunehmende Brauchern, aber Mittel nach Maß,
wird von Friseur für die gelungte.

Worth a Read

agendum im Netz

Last, but not least: Wir von agendum sind fleißige Publizisten, vorzugsweise auf LinkedIn. Falls Sie uns folgen möchten, hier die Links:

1. agendum • <https://www.linkedin.com/company/agendum-schmitt-jaehnke-partners/?viewAsMember=true>



2. Juliane Jähne • <https://www.linkedin.com/in/juliane-jähne-4b54197/>



3. Oliver Schmitt • <https://www.linkedin.com/in/olischmitt>



Auf Twitter posten wir unter [agendum_messe](#).



Diese DELPHI-Studie wurde von agendum im Zeitraum zwischen Mai und September 2020 erhoben. Alle ergänzenden Quellen wurden direkt an der verwendeten Stelle genannt.

Kommentare zu den Ergebnissen der Studie stellen unsere subjektive Meinung dar und begründen keinen Anspruch auf korrekte Abbildung oder Einschätzung von Realitäten.

Wir bedanken uns ganz herzlich bei den zahlreichen Teilnehmerinnen und Teilnehmern der Studie für ihren Einsatz und ihre Zeit.

Studiendesign, -durchführung und -auswertung: Juliane Jähne

Strategischer Sparringspartner, Lektorat, Layout und Summaries: Oliver Schmitt

Alle Inhalte sind urheberrechtlich geschützt und geistiges Eigentum von agendum. Jedwede Veröffentlichung, auch auszugsweise, ist nur mit ihrer vorherigen, schriftlichen Genehmigung erlaubt.

Juliane Jähne
Partnerin



Oliver Schmitt
Partner

agendum

LEIDENSCHAFT FÜR MESSEN

agendum Service UG (haftungsbeschränkt)

Oberlangensee 5/1

D - 88099 Neukirch

fon +49 (0)7528 91592.0

machen@agendum.de

www.agendum.de