

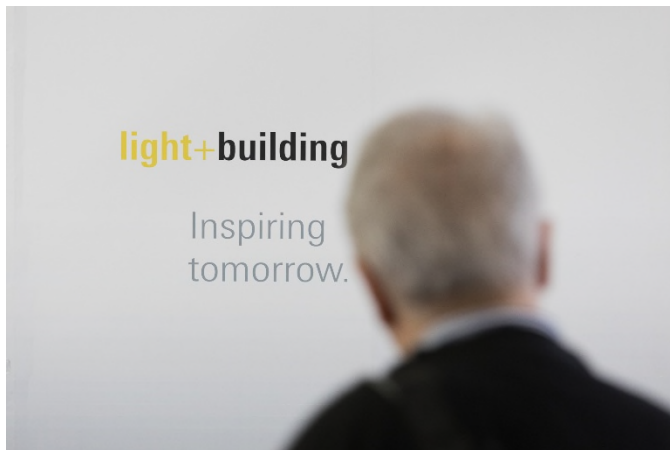
news +++ Light + Building
13. bis 18. März 2022

light+building

Light + Building Digital Extension: Die neuen, digitalen Features der Light + Building 2022

Frankfurt am Main, 14.07.2021. Wie leben, arbeiten und bewegen wir uns in Zukunft? Was haben wir aus neuen Erfahrungen gelernt und wie kombinieren wir die Erkenntnisse mit Bewährtem? Innovation ist hier das Stichwort. Der Kern jeder Messe ist die physische Begegnung. Mittlerweile gibt es eine Reihe von rein digitalen Erfahrungen. Wie entwickelt sich das Format Messe zukünftig weiter?

Das Beste aus beiden Welten kombiniert die Light + Building vom 13. bis 18. März 2022: Die Weltleitmesse für Licht und Gebäudetechnik findet natürlich physisch auf dem Frankfurter Messegelände statt. Gleichzeitig und noch eine ganze Woche darüber hinaus aber kann man den Branchentreffpunkt auch digital erleben. Die Light + Building Digital Extension bietet vom 13. bis 25. März 2022 neue Möglichkeiten der Vernetzung, des Wissensaustauschs und der Begegnung. In dieser Zeit können die Teilnehmenden neue Kontakte und innovative Produkte über KI-gestütztes Match-Making finden, Termine für Web-Konferenzen vereinbaren, mit Kontakten chatten oder am Rahmenprogramm der Light + Building und den Streamings der Ausstellenden teilhaben.



Im besten Fall ergänzen sich der physische und digitale Auftritt. Während die Produkte vor Ort mit allen Sinnen erfahrbar sind, gibt es online die Möglichkeit, Produkte über Videos vorzustellen. Die Präsentationen sind dann über den Veranstaltungszeitraum hinaus noch sichtbar. Quelle: Light + Building.

„Wir starten mit einem neuen Format und schlagen eine Brücke zwischen realer und digitaler Welt. Die persönliche Begegnung hat einen unschätzbaren Wert und ist der Kern unseres Geschäftes. Das wird sie auch weiterhin bleiben. Aber um in Zukunft allen Interessierten den Zugang zum Markt zu ermöglichen, gehören die digitalen Ergänzungen zum neuen Pflichtprogramm jeder internationalen Veranstaltung“, erläutert

Iris Jegitza-Moshage, Geschäftsleitung der Technology Shows der Messe Frankfurt. Mit dem neuen Format bringt die Light + Building Geschäftspartner zukünftig über Grenzen, Kontinente und Zeitzonen hinweg zusammen. Dadurch profitieren alle von Unabhängigkeit im Hinblick auf Reise- oder sonstige Beschränkungen.

Damit alle gezielt finden, was sie suchen, verfügt die digitale Plattform über drei Hauptanwendungen: Auf Basis von Interessen, Fachgebieten und Sprache erfolgt ein digitales Match-Making zwischen ausstellenden Unternehmen und Teilnehmer*innen, unter den Teilnehmenden untereinander sowie mit dem Eventprogramm.

Der digitale Counter für ausstellende Unternehmen

Die meisten Unternehmen haben Erfahrung in der Organisation und dem Ablauf einer physischen Messe. Neuland betreten viele, wenn sie sich auf eine physische und digitale Veranstaltung vorbereiten. „Gute Planung und Organisation sind die Basis, um das Potential voll auszuschöpfen“, weiß Johannes Möller, Leiter Brandmanagement der Light + Building. Bereits vor Beginn der Veranstaltung können Firmen ihr digitales Messeprofil pflegen, das dann im Light + Building Contactor sichtbar ist. Besucher*innen finden hier beispielsweise das Unternehmensprofil, Kontaktdaten, Profile der Ansprechpartner, Produkte und Präsentationen. Einen ersten Blick auf die Funktionen und Kontaktmöglichkeiten der Light + Building Digital Extension, bieten bereits jetzt kurze Videos auf www.light-building.messefrankfurt.com.

Durch die digitalen Features steigt die Reichweite der Light + Building. Es entstehen zusätzliche Kontakte, internationale Reichweite und nachhaltig nutzbarer Content. Denn über die Gespräche vor Ort in Frankfurt hinaus, können weltweit neue Leads entstehen. „Durch die Möglichkeit digital teilzunehmen, bieten wir unseren Kunden maximale Flexibilität. Das Tolle daran ist, dass nun jeder individuell entscheiden kann, wann und von wo er mit den Kunden kommuniziert. Das kann in Frankfurt auf dem Messegelände sein oder, wenn es das jeweilige Team hergibt, können Mitarbeitende ebenso aus der Firmenzentrale oder dem Homeoffice Anfragen beantworten“, erklärt Johannes Möller weiter. Jeder Mitarbeitende, der mit dem Ausstellerprofil verknüpft ist, kann den Live-Kontakt mit den digitalen Besuchenden übernehmen. Ein gemeinsamer Kalender hilft bei der Planung der Termine. Hier kann vorab ganz genau festgelegt werden, wer in welchem Zeitraum und in welcher Sprache zur Verfügung steht. Bei der Auswahl der angebotenen Zeitfenster haben ausstellende Unternehmen maximale Flexibilität: Sie können sich sowohl für den vollen Zeitraum parallel zur Messe und digital darüber hinaus entscheiden oder die Verfügbarkeit von Kontakten auf bestimmte Tageszeiten bzw. Zeitzonen beschränken. Es kann auch eine Option sein, die Kommunikation über die digitale Plattform erst nach der physischen Veranstaltung in Frankfurt zu nutzen. Ein weiteres Plus ist die Transparenz der Plattform. Durch digitale Leaderfassung ist eine genaue Besucheranalyse anhand allgemeiner Firmendaten möglich. Somit können Aussteller auch nach der Veranstaltung Kontakte effizient weiter bearbeiten.

Networking für Besucher*innen

Über die Light + Building Digital Extension können natürlich auch Besucher*innen untereinander kommunizieren. Auf Basis von Fragen und dem eigenen Verhalten bekommen User potentiell interessante Matches vorgeschlagen, um ihr Netzwerk auszubauen. Möglich ist auch, dass sie gezielt mit anderen in Kontakt treten. Ähnlich wie bei anderen bekannten Businessplattformen, ist so der Austausch auch zwischen Besuchenden möglich.

Eventprogramm: Wissenstransfer zu jeder Zeit

Egal, ob vor Ort oder digital – es kommt vor, dass jemand einen Programmpunkt verpasst. Auch dafür gibt es eine Lösung: Das Rahmenprogramm der Light + Building ebenso wie Präsentationen ausstellender Unternehmen werden gestreamed. Alle Beiträge sind als Video-on-Demand verfügbar und über die Veranstaltung hinaus abrufbar.

Die Light + Building findet vom 13. bis 18. März 2022 statt.

Presseinformationen & Bildmaterial:

www.light-building.com/presse

Ins Netz gegangen:

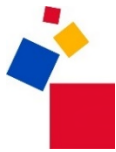
www.light-building.com/facebook

www.light-building.com/twitter

www.light-building.com/youtube

www.light-building.com/linkedin

www.instagram.com/building.technologies.messeffm

**Ihr Kontakt:**

Stefanie Weitz

Tel.: +49 69 75 75-5188

stefanie.weitz@messefrankfurt.com

Messe Frankfurt Exhibition GmbH

Ludwig-Erhard-Anlage 1

60327 Frankfurt am Main

www.messefrankfurt.com

Hintergrundinformation Messe Frankfurt

Messe Frankfurt ist der weltweit größte Messe-, Kongress- und Eventveranstalter mit eigenem Gelände. Zur Unternehmensgruppe Messe Frankfurt gehören rund 2.500* Mitarbeitende in 30 Tochtergesellschaften. Das Unternehmen hat im Jahr 2020 einen Jahresumsatz von rund 250* Millionen Euro erwirtschaftet, nachdem das Jahr 2019 noch mit einem Jahresumsatz von 738 Millionen Euro abgeschlossen werden konnte. Auch in den schwierigen Zeiten der Corona-Pandemie sind wir mit unseren Branchen international vernetzt. Die Geschäftsinteressen unserer Kunden unterstützen wir effizient im Rahmen unserer Geschäftsfelder „Fairs & Events“, „Locations“ und „Services“. Ein wesentliches Alleinstellungsmerkmal der Unternehmensgruppe ist das globale Vertriebsnetz, das engmaschig

alle Weltregionen abdeckt. Unser umfassendes Dienstleistungsangebot – onsite und online – gewährleistet Kunden weltweit eine gleichbleibend hohe Qualität und Flexibilität bei der Planung, Organisation und Durchführung ihrer Veranstaltung. Unsere digitale Expertise bauen wir um neue Geschäftsmodelle aus. Die Servicepalette reicht von der Geländevermietung über Messebau und Marketingdienstleistungen bis hin zu Personaldienstleistungen und Gastronomie. Hauptsitz des Unternehmens ist Frankfurt am Main. Anteilseigner sind die Stadt Frankfurt mit 60 Prozent und das Land Hessen mit 40 Prozent.

Weitere Informationen: www.messefrankfurt.com

*vorläufige Kennzahlen 2020*vorläufige Kennzahlen 2020