



Koronaviruspandemia on sulkenut maailman messukeskukset toistaiseksi, mutta yritykset luottavat silti kasvokkain tapahtuvien kohtaamisten tulevaisuuteen. Frankfurtin ensi helmikuun Ambiente-messut on myyty jo 90 prosenttisesti täyteen.

MESSUMAAILMASSA

valoa koronakriisin jälkeen

”NÄINÄ KRIISIN JA KOHTAAMIS- rajoitusten aikoina olemme saaneet huomata, miten suuri on ihmisten ja bisneksen tarve henkilökohtaiseen viestintään ja kasvokkain tapahtuvaan kohtaamiseen. Kulutustavarateollisuus ja -kauppa eri puolilla maailmaa ovat koronavirusepidemian vuoksi todella vaikeassa tilanteessa, mutta uskoa tulevaan ei ole menetetty. Ensi vuoteen katsotaan jo luottaen ja tarve hyödyntää kansainvälisiä messuja oman myynnin edistäjänä on suuri”, arvioi Messe Frankfurtin Ambientesta vastaava Vice President **Nicolette Naumann**.

Frankfurtin Ambiente-messut ovat maailman suurin kulutustavaroiden ammattitapahtuma, joka indikoi hyvin markkinoiden tilannetta. Kun tulevien messujen näyttelytila on koronakriisin pahimman eskaloitumisen aikana myyty jo 90 prosenttisesti täyteen, se ei voi kertoa muusta kuin teollisuuden uskosta niin kriisin selättämiseen kuin messujen tärkeyteen myynnin edistämiseksi.

Saksan messumaailmassa koronapandemian helpottumista ja messujen käyntiin lähtemistä uskaltaaan jo muutoinkin odottaa. Saksan messujärjestäjien liitto AUMA kertoo, että Saksassa viranomaiset suunnittelevat ammattimessuja koskevan koronasäätelyn muuttamista. Messut oltaisiin mahdollisesti erottamassa muiden massatapahtumien säätelystä ja messuja saatettaisiin ehkä jo syksyllä alkaa järjestää erikoisjärjestelyin.

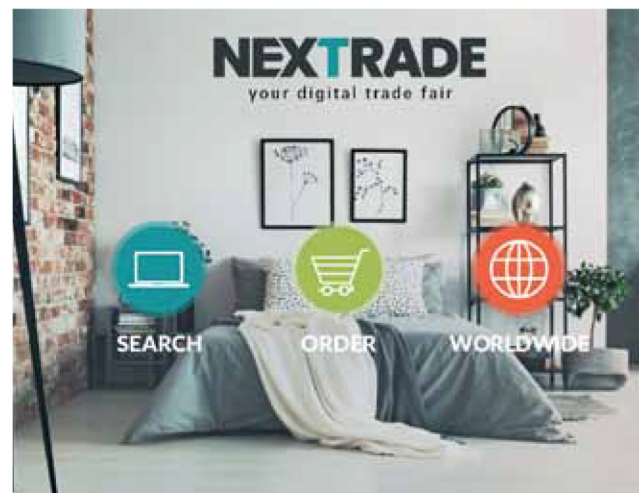
Vuoden 2021 puolella järjestettävät messut ovat nykyisen tilanteen valossa lähtemässä liikkeelle ihan normaalisti. Frankfurtissa Ambienten messutiimi valmistelee parasta aikaa ensi vuoden messuja normaalilla rytmillä ja 19.–21.2.2021 Ambienteen odotetaan jälleen noin 4 600 näytteilleasettajaa ja 130 000 messuvierasta.

DIGITAALISET KANAVAT INTEGROITUVAT MESSUIHIN

Rajoitusten ja liikkumiskieltojen myötä verkkokauppa on saanut entistä enemmän jalansijaa kuluttajien keskuudessa. Nyt Messe Frankfurt tuo digitaalisen kaupan käynnin mahdollisuuden myös B2B-kauppaan täydentämään normaalia messuilla tehtävää työtä.

Nextrade on Messe Frankfurtin ja digitaalisen kaupan ratkaisuihin erikoistuneen nmedia GmbH:n uusi verkkoalusta kulutustavaramessujen näytteilleasettajille ja ostajille. Nextraden avulla näytteilleasettajat ja messuvieraat pystyvät helposti jatkamaan kommunikointia vielä messujen jälkeenkin – tai esimerkiksi koronaepidemian kaltaisessa tilanteessa, jos messuja ei väliaikaisesti järjestettäisi lainkaan.

Ambienten näytteilleasettajat voivat tänä vuonna rekisteröityä Nextradeen veloituksetta. Verkkoalustalla he pystyvät itse valitsemaan, millaisia tuotteita ja



hintoja he tuovat kunkin ostajan ulottuville. Ostajan näkökulmasta Nextradesa on helppoa etsiä erilaisia tuotteita tarjoavia valmistajia, kontaktoida heitä ja tehdä kauppaa. Erityisesti tilanteessa, jossa ostaja ei vielä messuilla käydessään ja tuotteisiin konkreettisesti tutustuessaan pysty, ehdi tai halua tehdä lopullista ostopäätöstä, Nextrade tarjoaa oivan kanavan jatkaa kauppajen hieromista.

”Nextrade tarjoaa ostajille mahdollisuuden löytää yhdellä kirjautumisella ajasta ja paikasta riippumatta aivan uusia tavarantoimittajia eri puolilta maailmaa – aivan kuten messuillakin. Nextrade on hyvä tapa valmistella messuvierailua ja viimeistellä sen tulokset”, toteaa Nextradesa vastaava Messe Frankfurtin johtaja **Philipp Ferger**. **MUOTI**

WWW.MESSEFRANKFURT.COM