EK/servicegroup
„Mit Netz und doppeltem Boden“ ins Handelsjahr 2021

Donnerstag, 19.11.2020

Ein Ausfall der Frühjahrsmesse im Januar 2021 ist für die EK/servicegroup keine Option. Mit Blick auf das denkbare Szenario behördlicher Absagen von Messeveranstaltungen aufgrund einer entsprechenden Bewertung der Infektionslage setzen die Bielefelder erneut auf eine hybride EK Live. War die digitale Variante bei der Erstaufführung im Herbst noch als Ergänzung zur Präsenzmesse angelegt, entwickelt sich die EK Live vom 20. bis 22. Januar zur analog-digitalen Symbiose.

Neben den Vorbereitungen auf eine unter Corona-Bedingungen so sicher wie mögliche Live-Veranstaltung wurden die digitalen Instrumente für eine interaktive Ordermesse weiterentwickelt. Die Vorteile des EK Hybridkonzeptes werden so für Handelspartner, Aussteller und Verbundgruppe greifbarer:

- Die EK LIVE wird in jedem Fall stattfinden. Ganz gleich, ob eine coronabedingte Absage der klassischen Veranstaltungsform erfolgen sollte oder eine Einstufung in Risikogebiete oder -gruppen die Teilnahme vor Ort nicht zulässt. Gleichzeitig erhöht das digitale Messeangebot die Reichweite auf prinzipiell „unbegrenzt“ und trägt zu deutlich höheren Messebesucher- Zahlen bei.
- Alle Aussteller in den EK Hallen präsentieren sich diesmal auch online. Durch die Erweiterung des analogen Messestands um die digitale Ebene gehört die Trennung zwischen „Live vor Ort“ und Online der Vergangenheit an. Außerdem steht der Content, der für virtuelle Präsentationen wie Vortrags-Videos und Produktvorstellungen erarbeitet wird, auch nach Messeschluss zur Verfügung.

Für den EK Vorstandsvorsitzenden Franz-Josef Hasebrink ist diese intensive Ausgestaltung der Kooperation zwischen Mehrbranchenverbund und Markenindustrie nicht nur sinnvolle Reaktion auf die Corona-Krisenlage, sondern hat gleichzeitig Signalwirkung. „Es war vielleicht nie deutlicher als heute, dass wir alle in einem Boot sitzen. Umso wichtiger ist es, die aktuellen Herausforderungen als Chance zu begreifen und gemeinsam digitale Messekonzepte zu entwickeln und auf den Weg zu bringen. Die konstruktive Zusammenarbeit aller Branchenakteure macht Mut. Und den können wir alle gut gebrauchen.“

Messemotto und Marketing-Kampagne:
„Starker Fachhandel. Von Herzen gern.“

Gut gebrauchen kann der Einzelhandel auch neue Ideen, die die Konsumlaune der Kunden wieder anheben. Hier setzt EK u. a. auf die neue Marketing-Kampagne „Starker Fachhandel. Von Herzen gern.“ Nach gutem Start und entsprechend hoher Akzeptanz im Händlerkreis wurde der Slogan direkt zum aktuellen Messemotto erhoben. Erklärtes Ziel ist es, die Stärken des Fachhandels mit Nachdruck nach außen zu tragen. Für alle Branchen und für jeden Händler.

„Darüber hinaus warten 200 Top-Lieferanten, ein starkes Lagerprogramm, ebensolche Messekonditionen, attraktive Marketingmaßnahmen auf allen Kanälen, die neusten Entwicklungen der Shopkonzepte in den Geschäftsfeldern, praxisnahe Dienstleistungen, die Fashion-Ordertage für Händler mit textilen Sortimenten u. v. m. auf die Fachbesucher“, so die EK/servicegroup.

Voraussetzung für alles ist dabei die Anmeldung unter www.ek-messen.de. Live vor Ort und online!

„Mit Netz und doppeltem Boden“ ins Handelsjahr 2021

Links

- EK/servicegroup