

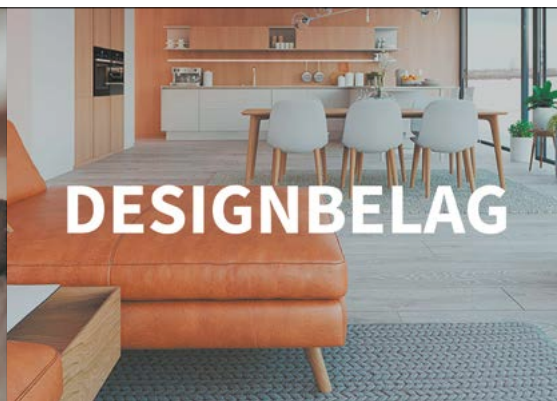
# Heimtex



Europas große Wirtschafts- und Handelszeitschrift für  
Bodenbeläge, Tapeten, Farben, Heimtextilien, Sonnenschutz

**INTERVIEW DES MONATS**

Nils Rödenbeck, Geschäftsführer D/A/CH  
Interface: „Wir halten trotz Corona an allen  
geplanten Investitionen fest.“ Seite 76

**TEPPICHBODEN****DESIGNBELAG****LAMINAT****PARKETT****SAUBERLAUF**

## FHR Die Vorausdenker

Seite 16

**KUNSTRASEN****VINYLBODEN****KORK****TAPETE****PLISSEE****GARDINEN**



Am Infopoint im Eingangsbereich konnten sich die Besucher zunächst orientieren und sich einen Überblick über die Ausstellungsbereiche und Veranstaltungen verschaffen.

# MZE Digitalmesse: Es geht um Sichtbarkeit

MZE goes digital. Nach der gelungenen Premiere der digitalen Leitmesse Schlafen im Oktober letzten Jahres hat die MZE das Format ausgebaut und am 25./26. April zur Digitalmesse „Messepark 2021“ eingeladen.

Drei Fachmessen unter einem Dach erwarteten die Besucher, dazu ein vielseitiges und informatives Rahmenprogramm mit zahlreichen Fachveranstaltungen. Am Ende des ersten Messetages stand ein besonderes Highlight auf der Agenda: MZE Vertriebsleiter Helmut Stauner konnte den FDP-Bundvorsitzenden

Christian Linder als Talk-Gast begrüßen. Sie sprachen über die Situation des stationären Einzelhandels in Corona-Zeiten, sowie zu anderen aktuellen Themen wie Onlinehandel, Digitalisierung und Nachhaltigkeit.

Erklärte Zielsetzung der zweitägigen Veranstaltung war es, den digitalen Austausch zwischen Handel und Herstellern zu fördern. Denn in Zeiten, in denen Corona das Messewesen seit Monaten lahmlegt, fehlt der direkte Kundenkontakt, fehlt die Live-Präsentation neuer Produkte im persönlichen Gespräch – und fehlen Messen ganz allgemein als Impulsgeber.



**Peter J. Schroeder,** Leiter des MZE-Unternehmensbereichs 2HK/Raumdesign, appelliert an alle Marktpartner, die digitalen Möglichkeiten zu nutzen, um auch in Krisenzeiten sichtbar zu bleiben.

Genau hier setzt die neu konzipierte MZE Digitalmesse an. „In diesen schwierigen Zeiten, in denen wir kaum physischen Kontakt mit den Kunden haben können, müssen wir sichtbar bleiben“, sagt Peter J. Schroeder, Leiter des MZE-Unternehmensbereichs 2HK/Raumdesign. „Corona hat uns gelehrt, dass wir flexibel auf solche Ausnahmesituationen reagieren und den Mut aufbringen müssen, neue Wege zu beschreiten, denn Stillstand bedeutet Rückschritt. Mit

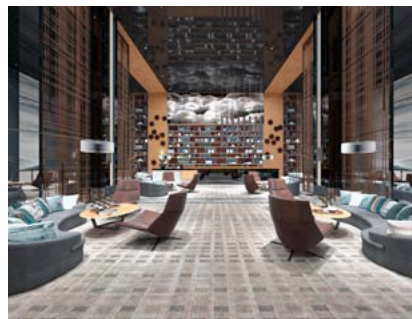
unserer Digitalmesse bieten wir eine Kontakt-Plattform für Hersteller und Händler, die zur direkten Kommunikation animieren soll. Das ist wichtig, wenn wir weiterhin erfolgreich Geschäfte tätigen wollen.“

### Stillstand bedeutet Rückschritt

Konzept und Layout der MZE Digitalmesse waren ausgeklügelt und orientierten sich im Wesentlichen an analogen Messen. So konnten die Aussteller für ihren Messeauftritt zwischen vier Standmodulen und einem zusätzlichen Kommunikations-Tool wählen. Über eine jederzeit abrufbare Besucher-Statistik konnten die Aussteller rückverfolgen, wann wie viele Besucher wie lange auf dem Stand waren, um im Nachgang zur Messe über den Außendienst in direkten Kontakt mit den Interessenten zu treten.

Die Besucher hatten ihrerseits die Möglichkeit, Produkte und Kollektionen auf den Messeständen als Foto und/oder Film-Präsentation zu erleben, sich in aller Ruhe vom heimischen Schreibtisch aus Informationsmaterial anzusehen und schließlich auch in direkten Kontakt mit den Ausstellern über Video-Chat zu treten oder sich mit Kollegen zum fachlichen Austausch zu treffen und neue Kontakte zu knüpfen. Hierzu standen mehrere ansprechend layoutete Lounges zur Verfügung.

Die Bilanz nach der Messe-Premiere: 77 Aussteller aus den MZE Geschäftsbereichen Schlafen, Raumdesign-Die Einrichter und Küchenwelt & Wohnkultur und über 600 registrierte Besucher, die sich zum Teil an beiden Messetagen und mehrfach einloggten, belegen, dass es einen Bedarf an digitalen, flexiblen Formaten gibt. „Die Besucherzahlen haben uns darin bestätigt, dass es in besonderen



**Auf den virtuellen Messeständen wurden die Besucher von ihren Ansprechpartnern empfangen. Per Mausklick konnten unterschiedlichste Bereiche angesteuert werden, um Informationen zu Produkten zu erhalten oder um im Live-Chat Fragen zu stellen. Eine Funktion, die nur sehr zögerlich in Anspruch genommen wurde.**

Ausnahmesituationen wie Corona umso wichtiger ist, den Kontakt zwischen Herstellern und Händlern weiter zu führen“, resümiert Peter J. Schroeder. Daher hat sich die MZE entschlossen, auch weiterhin virtuelle Messen zu planen und umzusetzen: „Wir sehen das als Ergänzung zu den hoffentlich sehr bald wieder stattfindenden Live-Messen, denn auch nach Corona bleiben Online und Digital zentrale Themen. Wir brauchen Kompetenz im Bereich der digitalen Sichtbarkeit“, ergänzt Schroeder.



**Im Live-Talk mit MZE-Vertriebsleiter Helmut Stauner bezog FDP-Chef Christian Linder klare Position pro Mittelstand und stationären Einzelhandel. Lindner plädierte unter anderem für Fairness im Onlinehandel: „Auch Amazon muss Steuern zahlen als Beitrag zur Finanzierung des Gemeinwesens.“**

Für weitere Veranstaltungen werde man nachjustieren, um die Möglichkeiten, die das Digitalformat bietet, optimal nutzen zu können. An die Besucher und Kunden adressiert, formuliert Peter J. Schroeder einen Wunsch, den wir hier im Wortlaut wiedergeben: „Wir wünschen uns vonseiten unserer MZE-Anschluss Häuser zukünftig noch eine intensivere Teilnahme an virtuellen Veranstaltungsangeboten, verbunden mit der Haltung und dem Wunsch für Sie, dass es Ihnen gelingt, die Hemmungen und Blockaden gegenüber Online und digitalen Aktivitäten loszulassen. Werden Sie sichtbar und zeigen Sie ihr Profil, nutzen Sie das enorme Potenzial der mobilen Online Welt und Treten Sie ein in die digitale Kommunikation verschiedener Kanäle. Der digitale Wandel kommt nicht – er findet schon statt.“

Michaela Fischer