

Evaluation von Online-Formaten am Beispiel eines virtuellen Messestands

Problem

In Zeiten der Coronavirus-Pandemie finden auch Messen zunehmend in digitaler Form statt. Auch die Berufsgenossenschaft der Bauwirtschaft (BG BAU) stand im Januar 2021 vor der Herausforderung, sich auf der Leitmesse der Bauwirtschaft, der „BAU 2021“, erstmals virtuell zu präsentieren.

Bewährte Präsenz-Angebote wie Vorträge und Beratungen, Gespräche mit Expertinnen und Experten, Informationsmaterial und Seminare mussten komplett in digitale Formate übertragen werden. Um zu erfahren, ob diese virtuellen Angebote ihre Zielgruppen erreicht haben, hat die BG BAU das IAG mit einer Evaluation des Messestandes beauftragt.

Aktivitäten

Im Rahmen der Evaluation wurden die virtuellen Messegäste nach ihrer Teilnahme gebeten, einen kurzen Online-Fragebogen auszufüllen. An der Befragung beteiligten sich 199 Personen. Sie wurden u. a. gefragt, wie sie auf die Messe aufmerksam geworden sind, was ihnen am Messestand gut bzw. weniger gut gefallen hat und ob sie in Zukunft wieder einen virtuellen Messestand besuchen oder diesen weiterempfehlen würden.

Weitere Fragen betrafen die Nutzung der interaktiven Angebote, die Qualität der Beratung sowie die Kompetenz des Standpersonals.



Virtueller Messestand © MKPI Marketing AG - BG BAU

Ergebnisse und Verwendung

Die BG BAU hatte ihren virtuellen Messestand im Vorfeld auf unterschiedlichen Kanälen beworben. Die von den Befragten am häufigsten genannten Kanäle waren mit 65 % Social-Media-Kanäle, mit 21 % die Website der BG BAU und weiteren 11 % die Messe „BAU 2021 ONLINE“. Dies spiegelte sich auch im Alter der Befragten wider: Knapp 60 % waren unter 40 Jahre alt. 19 % der Befragten zwischen 41 und 50 Jahre und 19 % zwischen 51 und 60 Jahre alt. Nur 4 % der Befragten waren älter als 60 Jahre.

Von den 199 Befragten würden 94 % den virtuellen Messestand auch künftig besuchen, und ebenso viele würden ihn weiterempfehlen. Auf die Frage „Was gefällt Ihnen an unserem virtuellen Messestand?“ antworteten 69 %, dass er eine Alternative zum physischen Messebesuch sei. 39 % der Befragten gefiel die Nutzungsfreundlichkeit und 34 % die Zusammenstellung und die Relevanz der Inhalte.

Was hat den Befragten am virtuellen Messestand gefallen?

- Innovative Idee: den virtuellen Messestand überhaupt anzubieten
- Innovative Umsetzung: sehr gut in Corona-Zeiten, einfach und ohne Reiseaufwand erreichbar
- Innovative Lösung: trotz Pandemie eine optimale Mischung aus Informationen, Videos und Vorträgen

Potenzial zur Verbesserung des virtuellen Messestandes sahen die Befragten im zeitlichen Angebot, z. B. „on demand“ abrufbar, bei Material und Inhalten sowie bei den Zugriffs- bzw. Ladezeiten der Website.

Die Ergebnisse der Befragung zeigen, dass die Online-Beratung bei den Zielgruppen angekommen ist. Mit ihrem virtuellen Messestand hat die BG BAU ein neues Format getestet. Die Evaluation durch das IAG konnte Stärken und Schwachpunkte des virtuellen Messestandes aufzeigen und bietet Ansatzpunkte zur kontinuierlichen Verbesserung der Dienstleistungen der BG BAU für ihre Mitgliedsunternehmen.

Nutzerkreis

Unfallversicherungsträger, Netzwerkpartner aus der sozialen Sicherung, Mitgliedsbetriebe

Weiterführende Informationen

- [Pressemitteilung](#) der Berufsgenossenschaft der Bauwirtschaft (BG BAU)

Fachliche Anfragen

IAG, Bereich Evaluation und Betriebliches Gesundheitsmanagement