

Aus INTERNET WORLD EXPO und COMMERCE WEEK wird MOONOVA

Die Fachmesse INTERNET WORLD EXPO und ihre Digitalplattform COMMERCE WEEK starten unter dem neuen Namen MOONOVA und mit verbreitertem Themenspektrum als Hybrid-Event mit 360-Grad-Content- und Community-Hub ins Messejahr 2022. Als Director MOONOVA kommt der ehemalige DMEXCO-Manager Philipp Hilbig an Bord.

München, 17. September 2021. Die Ebner Media Group startet nach der Corona-Pandemie mit einem komplett überarbeiteten Messekonzept in das Veranstaltungsjahr 2022. Nach der Übernahme der Fachzeitschrift W&V Werben & Verkaufen erweitern die Fachmesse INTERNET WORLD EXPO und ihre Digitalplattform COMMERCE WEEK ihren bisher stark handelsgeprägten Fokus um den Bereich digitales Marketing. Die Neuausrichtung bringt auch ein neuer Name zum Ausdruck: Aus INTERNET WORLD EXPO und COMMERCE WEEK wird MOONOVA.

Der Startschuss fällt am 21. Februar 2022 mit einer hybriden Veranstaltungswoche: Vom 21. bis zum 25. Februar findet MOONOVA als digitale Messe statt sowie am 22. und 23. Februar zusätzlich live vor Ort in München. Entscheider und Macher in Marketing, Sales und Product können sich online auf der Expo über relevante Technikrends, neue Ideen und Produkte informieren oder auf den verschiedenen Bühnen der Konferenz von Thought-Leadern, Innovatoren und Experten inspirieren lassen sowie mit Branchenakteuren networken. Nach dem Hybrid-Event wird MOONOVA digital ganzjährig als 360-Grad-Content- und Community-Hub mit digitalen und physischen Satelliten verlängert.

„Wenn sich zwei Sterne nahekomen, setzt die Verbindung von Materie riesige Energien frei und der einzelne Stern leuchtet plötzlich unglaublich hell auf“, erklärt Patrick Schmitt, Chief Product Officer der Ebner Media Group, das Re-Branding. Astronomen nennen ein solches Phänomen Nova. „Eine solche Nova entsteht auch durch die Verbindung der Materie von Commerce und Marketing sowie der Marken INTERNET WORLD und W&V“, ergänzt Theresa Roth, Head of Marketing der Ebner Media Group. Der Mond im Namen soll als Sinnbild für Pioniergeist und Entdeckertum stehen. Ziel sei es, eine neue Basis für Handel und Marketing in einer digitalen Welt zu schaffen, die mit ihrer Strahlkraft die ganze Branche in die Zukunft leitet.

Für noch mehr Leuchtkraft und Reichweite sorgt die Einbindung sieben weiterer starker, unabhängiger Medienmarken der Ebner Media Group: Die Redaktionen der Fachmagazine Eyebizz, Page, Print.de, Professional System, SAZ Bike, SAZ Sport und Telecom Handel werden MOONOVA mit ihrer Reichweite und ihrem exklusiven Fachwissen in ihren jeweiligen Branchen unterstützen. „Dadurch haben wir unser Ohr sehr nah am Markt, wissen, was unsere relevanten Zielgruppen bewegt und können sie ideal erreichen“, so Roth.

Ex-DMEXCO-Manager wird Director MOONOVA

Neben dem Konzept ändert sich auch die personelle Leitung der neuen Messe: Philipp Hilbig, ehemals Sales- & Operations-Chef der DMEXCO und zuletzt Projektleiter „Deutscher Nachhaltigkeitspreis“, übernimmt mit sofortiger Wirkung als Director MOONOVA die

Verantwortung des Hybrid-Events. Zusätzlich unterstützt Kira Schilling, Gründerin und Gesicht von Tech Mingle sowie ehemals Konferenz-Managerin des Münchner-Gründer-Events Bits & Pretzels, MOONOVA als freie Beraterin bei der Umsetzung von Konzept und Operations.

"Das Jahr 2022 bedeutet für alle Messeveranstalter gleichermaßen eine Art Neubeginn", sagt Chief Product Officer Patrick Schmitt. „Wir freuen uns sehr, dass wir mit Philipp und Kira zwei ausgewiesene Event-Experten im Digitalumfeld dazugewonnen haben, mit denen wir sofort von Null auf 100 starten können."

Auch Hilbig freut sich auf seine neuen Aufgaben: „Am 22. und 23. Februar 2022 erwarten wir, die erste Hybridveranstaltung für digitalen Handel und digitales Marketing zu sein, die Tausenden von Fachbesuchern nach dem Corona-Lockdown die Möglichkeit bietet, sich wieder real zu treffen, sich informieren und inspirieren zu lassen und untereinander Know-how auszutauschen." Dieses Momentum wolle und werde man nutzen, „um MOONOVA als Leitmesse für die digitale Handels- und Marketingwelt der Zukunft zu positionieren – unterhaltsam und emotional, aber vor allem mit Business-Fokus", erklärt Hilbig.

Zum Neustart kalkulieren die Organisatoren - je nach Corona-Lage – sehr konservativ mit mindestens 4.000 Besuchern vor Ort und 8.000 Besuchern online. Bereits im vergangenen Jahr nutzten 8.000 Besucher das digitale Kongressangebot der COMMERCE WEEK. Auf der letzten Vor-Ort-Messe INTERNET WORLD EXPO im Jahr 2019 zählten die Veranstalter an zwei Messetagen 19.153 Messebesucher.

Über die Ebner Media Group

Die Ebner Media Group mit Hauptsitz in Ulm gilt seit Jahren als Vorreiter in Sachen Digitalisierung. Zeitschriften, Special Interest Magazine, Seminare, Kongresse, Messen und Content-Marketing sind Bestandteile des Portfolios der Ebner Media Group, die fünf Standorte in Deutschland und Offices in Zürich und New York unterhält. Das Unternehmen hat sich auf Special Interest und B2B Medien spezialisiert. Zum Portfolio der Ebner Media Group gehören 86 Magazine und 44 Websites in 17 unterschiedlichen Themenfeldern. Darüber hinaus richtet die Gruppe jedes Jahr über 200 Live-, Digital- und Fortbildungsveranstaltungen aus.