

MEDIENMITTEILUNG

So punkten Messen auch in Zukunft: «Wir müssen alle an einem Strang ziehen»

Bern, 3. Mai 2019 – Der Messesektor Schweiz steht vor seiner wohl bisher grössten Herausforderung. Digitalisierung, zunehmende Geschwindigkeit und hoher Branchendruck zwingen die Messeplätze zum Umdenken. Aber – in welche Richtung? Dieser Frage widmete sich die von EXPO EVENT Swiss LiveCom Association auf dem BERNEXPO-Gelände organisierte Diskussion zum Thema «Messe 2.0 – welche Formate bewegen die Märkte von morgen?».

«Die Messebranche verändert sich, grosse Messen verschwinden und neue Formate erobern den Markt», brachte **Stephan Forseilles, Head of Technology & Digital Transformation bei easyfairs**, die aktuelle Lage der Messebranche in seinem Impulsreferat auf den Punkt. Der Experte mahnt dabei zur Vorsicht: «Oft herrscht die Meinung vor, dass wir für die Veränderungen, welche die Technologien mit sich bringen, bereit sind. Aber: Der Wandel passiert oft schneller, als wir denken. Als Leader der Messebranche ist es unsere Aufgabe, diesen Moment für uns zu nutzen und nicht zu verpassen.» Forseilles ist sich sicher, dass für das Format Messe nicht zu spät ist. «Das Messewesen ist noch lange nicht ausgestorben. Es ist jedoch essenziell, dass wir uns den neuen Technologien anpassen. Und als Messeveranstalter müssen wir unseren Ausstellern und den verschiedenen Industrien aufzeigen, wie wir uns alle gemeinsam entwickeln können, damit wir nicht den Anschluss verpassen und verschwinden.»

Die Wahl der Location der von SRF-Moderator Hannes Hug geleiteten Runde «Messe 2.0 – welche Formate bewegen die Märkte von morgen?» war kein Zufall: Die BEA ist das wichtigste Publikumsformat der BERNEXPO GROUPE und agiert im Gegensatz zu kürzlich eingestellten Plattformen wie der Züspa oder der Muba Jahr für Jahr sehr erfolgreich. Dies unter anderem, weil sich der wichtigste Gesellschaftsereignis der Schweiz immer wieder neu erfindet und gleichzeitig seine traditionellen und regionalen Wurzeln pflegt.

Das allein reicht aber nicht, wie Podiumsteilnehmer **Oliver Vrieze, Chief Marketing & Sales Officer der BERNEXPO GROUPE** unterstrich: «Wir dürfen uns nicht auf unseren Lorbeeren ausruhen, sondern müssen uns stetig weiterentwickeln und unseren Besuchern ein immer besseres Erlebnis bieten.» Generell sieht er das sich stetig ändernde Nutzerverhalten als grösste Herausforderung an. Die Lösung liegt für ihn klar auf der Hand: «Als Messeveranstalter sind Offenheit und Mut zu Veränderungen unabdingbar. Jede einzelne Messe, die ein Unternehmen wie die BERNEXPO GROUPE veranstaltet, braucht eine eigene Idee, damit sie funktioniert. So müssen wir dem Publikum einer B2B-Messe wie beispielsweise der BLE.CH etwas anderes bieten als den Besucherinnen und Besuchern der BEA oder dem HeroFest.»

Walo Dalhäuser, Managing Director Own Events Switzerland, MCH Messe Schweiz, hob die Wichtigkeit des Zusammenspiels zwischen Besuchern und Aussteller hervor: «Das Kaufverhalten der Besucher – also die Funktionalität der Messe – hat sich verändert. Früher kamen die Besucher an die Messen, um einzukaufen. Heute ist es oft so, dass sie sich an der Messe von unseren Ausstellern beraten lassen, die Geräte vor Ort testen und dann zuhause online einkaufen.» Das markiert ein grosses Problem für die Aussteller und bietet ein entsprechend grosses Frustpotenzial. Deshalb ist es laut Dalhäuser umso wichtiger, dass «wir gemeinsam mit den Ausstellern und den Messebauern die analoge Welt für unsere Kundschaft wieder attraktiv machen». Und obschon auch das Messewesen sich der Digitalisierung stellen muss, steht für Dalhäuser fest: «Je mehr Digitalisierung es gibt, desto grösser wird auch der Gegentrend zu analogen Erlebnissen und Emotionen. Regionale Produkte, traditionelles Handwerk und DIY zum Beispiel sind beliebter denn je.»

Markus Lauber, Vorsitzender der Geschäftsleitung der Messe Luzern, sieht in digitalen, konkurrenzübergreifenden Plattformen das zukunftssträchteste Modell: «In der heutigen Zeit kommen wir nicht umhin, Synergien mit Konkurrenzmesse zu nutzen. Oft haben wir dieselben Aussteller und dieselben Besucher. Deshalb macht es Sinn, wenn wir gemeinsam zeigen, welche Kompetenzen, Erlebnisse und Emotionen an der Messe auf die Besucher warten.» Er mahnt aber zugleich: «Wir müssen selbstkritischer sein. Als Messeveranstalter sind wir nicht nur dafür zuständig, Flächen an Aussteller zu vermieten. Alles was wir machen, um die Besucherzahl zu erhöhen, sollte auch unseren Ausstellern einen Mehrwert bieten. Das haben wir in den vergangenen Jahren etwas vergessen.»

Schlussendlich war sich die Runde einig – nur wenn alle Beteiligten an einem Strang ziehen, wird sich die Situation verbessern. Stellvertretend dafür argumentierte Oliver Vrieze: «Aussteller, Messebauer und Veranstalter müssen zusammenarbeiten, damit der Messebesuch für unsere Gäste erfahrbar wird und vor allem in positiver Erinnerung bleibt.»

Bildmaterial finden Sie unter: (<https://expo-event.ch/de/news/>)

Medienkontakt

Adrian Erni
079 464 64 59
adrian.erni@republica.ch

Adresse

EXPO EVENT
Swiss LiveCom Association
Kapellenstrasse 14
CH-3001 Bern
+41 58 796 99 54
info@expo-event.ch expo-event.ch

ÜBER EXPO EVENT

Die Swiss LiveCom Association EXPO EVENT steht für einen starken nationalen Branchenverband, der sich für die Anliegen der Live-Communication-Branche einsetzt. Der Verband ist 2009 aus der Fusion der Vereinigung Messen Schweiz (VMS) und der Expo-Event Swiss Association entstanden. Mit Messen, Suppliers und Agenturen sind alle Anbieter der Event-Welt in einem Dachverband vereint. Dadurch ist Expo Event heute das Sprachrohr der LiveCom-Branche. Das Ziel des Verbandes ist es, mit regelmässigen Events und Workshops die Mitglieder stärker zu vernetzen und neue Trends der Branche aufzuzeigen. Dies im Zusammenhang mit dem Fachwissensund Informationsaustausch zwischen den Mitgliedern. www.expo-event.ch