



19. Juli 2023

Presseinformation

DACH-Messefachtagung in Basel:

- **Premiere der D-A-CH-Tagung setzt positive Zeichen für die Zusammenarbeit**
 - **Digitale Transformation eröffnet neue Chancen in der One-to-One-Vermarktung**
 - **Berichtspflicht zur Nachhaltigkeit von Messen ein drängendes Thema**
-

Basel – Es war eine Premiere nach Maß, die ein sichtbares Zeichen für die neue Form der Zusammenarbeit der Messewirtschaft in der D-A-CH-Region setzte: Die Messefachtagung, die erstmals auf Einladung der drei Verbände Expo Event Swiss, Messen Austria und FAMA im Messe und Congress Center Basel stattfand, markierte erfolgreich den von Branchenvertretern geäußerten Anspruch, einen gemeinsamen Fachkongress und Branchentreff zu haben, der länderübergreifend ist. Mit über 180 Premierengästen und einem Programm zu den Themen Transformation, neue Geschäftsmodelle und Nachhaltigkeit verzeichnete das neue Format vom Start weg ein Ergebnis, das bei Tagungsgästen und Verbandsspitzen auf ein durchweg positives Fazit stieß.

„Wir sind sehr zufrieden“, sagt Roman Imgrüth in seiner Funktion als Vorstandsmitglied der Expo Event Swiss. Ein Urteil, das Sabine Tichy-Treimel für die IG Messen Austria und Henning Könicke als FAMA-Vorstandsvorsitzender teilen: „Das macht Sinn, das macht Spaß“, zeigte sich der Nürnberger gut gelaunt. So viel steht bereits jetzt fest: Auch im Sommer 2024 wird die D-A-CH Messefachtagung als Jahrestermin der drei Verbände stattfinden. Tagungsort ist dann die Messe Dornbirn. Davor findet im Herbst 2023 turnusgemäß die FAMA-Messefachtagung mit B2C-Forum statt. Gastgeber ist die Messe München.

Transformationsdruck in der Messewirtschaft unverändert hoch

Dass es Sinn macht, „Kompetenzen (zu) verbinden“, so der Tagungstitel, zeigt die Bestandsaufnahme zur aktuellen Situation der Messewirtschaft. Sie sei im Kern davon geprägt, dass „vieles fast wie früher, aber trotzdem völlig anders ist“, meint der Innsbrucker Messe- und Event-Consulter Bruno Walter, der unter anderem die Messe Berlin zur ITB berät. Maßgeblich dafür sind massiv gestiegene Veranstaltungs- und Technikkosten, der allgemeine Fachkräftemangel und die reduzierte Geschäftsreisetätigkeit, die sich primär auf internationale Messen auswirkt. Ebenso groß ist der Transformationsdruck, der aus der Digitalisierung, der Entwicklung neuer Geschäftsmodelle und der anstehenden Berichtspflicht zur Nachhaltigkeit entsteht. Das betont auch Roman Imgrüth: „Wir sind sehr erleichtert, dass das Geschäft wieder zurück ist. Aber jetzt kommen die Herausforderungen, die nichts mehr mit Covid zu tun haben: Welche Infrastruktur brauchen wir, was wollen unsere Kunden, was unsere Mitarbeitenden?“

Transformation needs Kollaboration: Best Cases zeigen neue Geschäftsmodelle

Themen, die in Basel intensiv diskutiert wurden. Beispielhaft dafür war die Vision Note „Der Schlüssel zum digitalen Geschäftsmodell“. In ihrer Co-Präsentation mit sich anschließender Deep Dive Session machten die in Zürich ansässige Conteo AG, spezialisiert auf digitale Plattformtechnologien, und die Hannoveraner ADITUS GmbH als Ticketing-Systemanbieter, deutlich, wie Content-Angebote und Kundenprofile mit Algorithmen gematcht werden können und einen messbaren „Marketing-Value“ generieren. Ein Geschäftsmodell, das beispielsweise auch den Einsatz über die Veranstaltung hinaus ermöglicht, wie am Beispiel der SWISSBAU diskutiert wurde. Auch dies ein herausragendes Beispiel dafür, wie eng die Kollaboration inzwischen in der D-A-CH-Region ist.

Customer Journey neu definieren – Buchmesse als Beispiel

Auch im Fall der Frankfurter Buchmesse, die im Herbst zum 75. Mal stattfindet, zeigt sich, dass für die Rückschau derzeit wenig Zeit bleibt. Nachdem die weltweit größte Messe für Literatur und Lizenzhandel in der Pandemie nicht stattfinden konnte, wurden bereits im vergangenen Jahr zusammen mit der Münchner adventics GmbH neue, digitale Veranstaltungsformate entwickelt, die das physische Messeerlebnis digital ergänzen und erweitern.

Die Uhr tickt: Berichtspflicht zur Nachhaltigkeit von Messen ein drängendes Thema

„Alles auf grün“, heißt es bei der Zielsetzung zu mehr Nachhaltigkeit in der Veranstaltungswirtschaft. Weltweit mehr als 400 Unternehmen der Messe- und Veranstaltungsbranche haben inzwischen die Ende 2021 aufgelegte Initiative „Net Zero Carbon Events“ des Messeweltverbandes UFI unterzeichnet. Sie verpflichten sich damit zur schrittweisen CO₂-Neutralität bis ins Jahr 2050. In Deutschland haben sich die 69 im AUMA organisierten Veranstalter, Verbände und Gastgeber auf eine Klimaneutralität bis 2040 verpflichtet. Beispielhaft dafür ist die Messe Frankfurt, die in Basel ihre Initiativen und Strukturen des Nachhaltigkeitsmanagements vorstellte.

„Es ist gut, dass sich die Messe- und Veranstaltungsbranche auf den Weg macht – doch die Uhr tickt rasend schnell, für einige vielleicht zu schnell“, so Jürgen May, Geschäftsführer von 2bdifferent, einer der marktführenden Beratungsunternehmen zum Thema Nachhaltigkeit. Der Grund dafür sei, dass die CSRD-Berichtspflicht bereits für das Geschäftsjahr 2024 beginnt. Von dieser Pflicht betroffen sind Unternehmen, die zwei der drei Kriterien erfüllen – eine Bilanzsumme von mehr als 20 Mio. Euro, einen Nettoumsatz von über 40 Mio. Euro oder einer Untergröße von mehr als 250 Beschäftigten. Allein in Deutschland sind das 15.000 Betriebe.

„Die Zeit drängt, vor allem in der strukturellen und organisatorischen Umsetzung von Maßnahmen, die auf die gesetzten Ziele einzahlen“, unterstreicht Könicke.

Messewirtschaft von vorsichtigem Realismus geprägt – steigende Kosten drücken

Eine Herausforderung, die ins Gesamtbild der Messewirtschaft in der D-A-CH-Region passt. „Insgesamt haben wir wieder viel PS auf der Straße, nur die Traktion stimmt noch nicht. Auch wenn wir uns emotional zurückversetzt fühlen ins Jahr 2019, weil 2023 erstmals wieder ein volles Veranstaltungsjahr ist, darf es nicht darüber hinwegtäuschen, dass speziell mittlere und inhabergeführte Messeunternehmen vor großen Herausforderungen stehen“, so Könicke. Zwar stimmen, insbesondere bei regionalen Messen, die Kennzahlen der ausstellenden Unternehmen und Besucher wieder; unverkennbar sei jedoch, dass die wirkliche Währung, der Quadratmeter, weiterhin schwächelt. Grund dafür seien steigende Kosten und ein gestiegener Aufwand: „Das drückt schmerzhaft auf die Margen.“

Ein Einschätzung, die Imgrüth teilt: „Die Welt dreht sich nicht mehr nur um Quadratmeter.“ Denn die Erwartungen der Kunden hätten sich verändert, wie Tichy-Treimel bestätigt: „Wir haben viel voneinander gelernt, wir müssen uns weiterentwickeln“. Auch deshalb sei die D-A-CH-Tagung ein wichtiges Format, das dazu beitrage, eines zu leisten, wie Könicke sagt: „Krisen haben unsere Branche immer nach vorne gebracht.“

Die nächste FAMA-Messefachtagung findet am 20. und 21. November 2023 bei der Messe München statt.

Die kommende D-A-CH-Messefachtagung findet am 24. und 25. Juni 2024 bei der Messe Dornbirn statt.

Dr. Mike Seidensticker

Pressekontakt:

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

FAMA Fachverband Messen und Ausstellungen e.V.
Johann-Höllfritsch-Str. 20-22
90530 Wendelstein
Tel.: +49-(0) 9129-90996-490
info@fama.de
www.fama.de

Messen Austria
c/o Congress und Messe Innsbruck GmbH
Rennweg 3
A - 6020 Innsbruck
Tel.: +43 (0) 512 5936-0
info@cmi.at
www.messen-austria.at