

24. November 2023

Presseinformation

FAMA-Messefachtagung in München:

- **Messewirtschaft startet zufriedenstellend ins erste volle Geschäftsjahr**
- **Big Data, KI und neue Needs der Generation Z im Fokus der Tagung**
- **Messefachtagung wird zur zentralen Veranstaltung der Messebranche**

München – Von nahe Null auf 90 in weniger als zwölf Monaten: Zum Abschluss des ersten vollen Geschäftsjahrs post Corona ziehen die 38 im FAMA organisierten Messeunternehmen ein insgesamt zufriedenstellendes Fazit. „Wir bewegen uns durchschnittlich auf dem Niveau von 90 Prozent der Aussteller- und Besucherzahlen von 2019“, so der FAMA-Vorstandsvorsitzende Henning Könicke anlässlich der FAMA-Fachtagung in München.

Deutlich schwächer sei die Erlössituation bei der vermieteten Standfläche. Sie liegt bei durchschnittlich 75 Prozent im Vergleich zu 2019. „Angesichts des Kostendrucks durch massiv gestiegene Energie-, Technik- und Personalkosten bewegen wir uns nach wie vor auf dünnem Eis“, so Könicke. Einen Einbruch erwartet der FAMA dennoch nicht: Die Signale, auch im Bereich der B2C-Verbraucher- und Special-Interest-Messen, zeigen nach oben. Speziell die Themen Genuss, Reisen und „Self-Experience“ verbuchen derzeit deutliche Zuwächse.

Für die Zukunft erwartet der FAMA einen deutlichen Schub bei den Themen Big Data und KI. Zwei Themen der diesjährigen FAMA-Messefachtagung, die sich mit 180 Teilnehmern zur führenden Messefachtagung in der D-A-CH-Region entwickelt hat.

Die ganze (Messe-)Welt in einem Sinnbild. So wirkte es, als der Bayerische Staatsminister für Digitales, Dr. Fabian Mehring, den diesjährigen FAMA-Messe-Impuls-Preis verlieh. Allein die Tatsache, dass die Auszeichnung von einem Digitalminister überreicht wurde, spricht Bände und sagt etwas darüber aus, wie sich das Selbstverständnis von Messen entwickelt hat. Zwar ist der Quadratmeter noch immer die harte Währung der Branche, doch das Thema der Digitalisierung von Produkten und Services steht ganz oben auf der Agenda. Dass der Preis zudem an die junge Hamburger Akademikerin Sarah Hunke ging, die sich mit dem Messebesuchsverhalten der Generation Z beschäftigt, wirkte wie ein zweiter Fingerzeig, wohin die Reise geht – digitale Applikationen, neue „Needs“ und Erwartungshaltungen und eine womöglich KI-basierte Form der Kommunikation. Also genau die Themen, um die es auf der FAMA Messefachtagung ging.

Verbraucher- und Special-Interest-Messen erstaunlich stabil – auch bei der Gen Z

Die gute Botschaft vorweg: Messen und speziell Verbrauchermessen, denen verschiedentlich der (fälschliche) Ruf vorausgeht, langfristig möglicherweise zum Verlierer des soziodemographischen Wandels zu werden, stehen auf einem deutlich festerem Boden, als es der eine oder andere Digital Native vermutet. Denn die Gen Z hat Freude an Live-Erlebnissen und der Self Experience. Das unterstreichen die Ergebnisse, die in München präsentiert wurden: „Gut 20 Prozent unserer Besucher kommen inzwischen aus der Gen Z“, bestätigt Klaudia Kohl, Abteilungsleiterin Verbrauchermessen, Deutsche Messe AG. Mit mehr als 110.000 Besuchern ging dort im Oktober die infa erfolgreich über die Bühne. Ein Ergebnis, das Judith Barbolini vom Rheingold Institut, wenig überrascht. „Genuss, Rituale und die Self-Experience liegen voll im Trend, gerade in krisenhaften Zeiten“, so die Kölner Marktforscherin, die sich im Rahmen einer Studie mit der Generation Z beschäftigt hat.

Erlebnisraum Messe liegt im Trend

Digitale Medien ersetzen keine Messen. Davon ist auch Helmut M. Bien überzeugt. Für den Erfinder der „Luminale“, die ganz Frankfurt anlässlich der Light & Building in ein Lichtfestival verwandelt, steht fest, dass „Messen und Events Orte der Wahrheit, der Authentizität und des Erlebens sind“. Sie füllen das Vakuum des direkten (Marken-)Erlebens aus, das durch digitale Medien entsteht. Eine Einschätzung, die auch Claudio Montanini als Chef des Bundesverbands der Marketing Clubs in seiner Key Note teilte. Denn es ist die Eigenart (und der Eigensinn) von Messen, dass sie Erlebnisräume schaffen. Ein Thema,

das der Retail-Experte Daniel Schnödt am Beispiel von Shopdesigns und POS-Inszenierungen darstellte.

Zeitenwende erreicht Messewelt: Steigender Kostendruck bis zur Belastungsgrenze

Schöne heile (Messe-)Welt? Allein schon deshalb nicht, weil die „Zeitenwende“ mit multiplen Krisen auch das Messegeschäft erreicht hat – mit Blick auf die internationale Reichweite, der Lieferkettenproblematik und den steigenden Kostendruck. Speziell für kleine und mittlere, zumeist inhabergeführte Messeunternehmen sind die massiv steigenden Energie-, Technik- und Personalkosten eine zunehmende Herausforderung, die bis an die Belastungsgrenzen geht.

Schöne, heile Welt auch deshalb nicht, weil zudem der Innovationsdruck (und damit auch der Investitionsdruck) steigt. Das zeigt sich beispielsweise bei den Themen Big Data und KI. Hier zeigten die KI-Experten Dr. Oliver Völkel und Dr. Tobias Moldenhauer mögliche Wege zur Anwendung in der Veranstaltungswirtschaft auf. Dass es lohnt, sich auf diesen Weg zu machen, belegten die Praxisbeispiele die Denise Wenzel, HINTE Marketing & Media GmbH, aufzeigte. Denn auch der Weg zum Mond beginnt mit der ersten Meile.

Eine Erfahrung, die sich auch in der Diskussion zum Thema Big Data herausstellte. Hier präsentierte dimedis, vertreten durch Käthe Fleischer und Thorsten Hilber, Case Studies aus der Praxis. Eine der ermutigenden Botschaften: Vielleicht ist das Weglassen von Daten, die niemand braucht, schon ein erster wichtiger Schritt, um mit den Daten, die generiert werden, sinnvoll zu arbeiten.

FAMA-Messefachtagung entwickelt sich zum wichtigsten Fachforum der Branche

„Die diesjährige FAMA-Messefachtagung hat wegweisende Perspektiven aufgezeigt und war vor dem Hintergrund der aktuellen Zeitenwende eine der wichtigsten Tagungen ihrer Art“, so der FAMA-Vorstandsvorsitzende Henning Könicke. Damit hat sich das Fachforum, vor einigen Jahren noch ein vergleichsweise kleiner Kreis, zur inzwischen wichtigsten Tagung der Branche entwickelt, bei der inzwischen auch große Messeunternehmen nicht fehlen wollen.

Wechsel im Vorstand und neue Mitglieder

Neu in den FAMA Vorstand gewählt wurden bei der Mitgliederversammlung Sabine Tichy-Treimel (Messe Dornbirn GmbH) und Robert

Ninnemann (RAM Regio Ausstellungen GmbH). Sie treten die Nachfolge von Constanze Kreuser und Christoph Hinte an, die sich beide auf eigenen Wunsch nicht mehr zur Wahl stellten.

„Constanze Kreuser und Christoph Hinte haben über Jahrzehnte das Erscheinungsbild des FAMA geprägt und entscheidend dazu beigetragen, dass sich unser Verband sehr dynamisch und professionell entwickelt hat“, so Henning Könicke.

Teil dieser Entwicklung ist die wachsende Mitgliederzahl. Zwei weitere Unternehmen wurden im Rahmen der Mitgliederversammlung in München aufgenommen – easyfairs Deutschland und DSV Solutions GmbH/Fairs & Events.

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

Dr. Mike Seidensticker

Pressekontakt:

FAMA Fachverband Messen und Ausstellungen e.V.

Henning Könicke

Geschäftsführender Vorstandsvorsitzender

Johann-Höllfritsch-Str. 20-22

90530 Wendelstein

Tel.: 09129-90996-490

Fax: 09129-90996-499

E-Mail: info@fama.de