



Juli 2024

Presseinformation

Messewirtschaft holt Luft im Dreiländereck

Wendelstein: Vom 23. bis 25. Juni 2024 trafen sich 160 Messeprofis zur 2. DACH-Messefachtagung bei der Messe Dornbirn im österreichischen Vorarlberg. Gemeinsam mit der Swiss LiveCom Association Expo Event und der Arbeitsgemeinschaft Messen Austria bot der Fachverband Messen und Ausstellungen FAMA ein breites Programm mit inhaltlichen Impulsen zu Digitalem Marketing, Resilienz und Future Talents, abgerundet durch Keynotes von Wolf Lotter über Einzigartigkeit und Colin Fernando zur Markenführung im Messebusiness.

Das Dreiländereck am Bodensee erwies sich als Standort für eine Fachtagung von Messeprofis aus Deutschland, Österreich und der Schweiz unter dem Motto „Kompetenzen verbinden“ besonders geeignet, grenzen doch diese Länder dort in einer Bilderbuch-Landschaft aneinander. Dementsprechend lebendig fiel das Networking aus. Zum Welcome-Abend luden die Organisatoren auf den Dornbirner Hausberg Karren, wo ein farbenfroher Sonnenuntergang den friedlichen EM-Schlagabtausch zwischen der Schweiz und Deutschland begleitete. Wetterglück, die Schönheit der Landschaft und ein gleichermaßen funktionaler wie gastfreundlicher Rahmen bildeten den roten Faden der Tagung und ließen die Teilnehmenden Luft holen und das obige Motto mit intensivem Austausch wahr werden.

Carolin Durst, Professorin für Digitalmarketing an der Hochschule Ansbach, besorgte nach der Begrüßung durch die Verbände mit ihrer Vision-Note über Digitales Marketing und KI den Einstieg ins Fachprogramm. Zum Bonmot der Tagung wurde ihre Analyse, dass Veränderungen bei Menschen ab 34 gegen die natürliche Ordnung der Dinge verstoßen. Auf ihren Vortrag folgte Antoinette Wenk vom Resilienz Zentrum Schweiz, die dem Plenum mit Atem- und Gedankenübungen und zahlreichen Impulsen Werkzeuge zur Verbesserung der Resilienz als Individuen, Führungskräfte und im Team mit auf den

Weg gab. Zum Abschluss der Vision-Notes gewährte Marleen Wendland von der Deutschen Messe AG Einblicke in die Erkenntnisse aus ihrer Masterarbeit zum Thema Onboarding von Future Talents. Alle drei Vision-Notes wurden in moderierten Deep Dives mit Messeprofis auf den Podien und dem Publikum in intensivem Austausch vertieft.

Einen fulminanten Schlusspunkt unter das Fachprogramm des ersten Tages setzte der in Deutschland lebende und aus dem steirischen Mürzzuschlag stammende Publizist und Buchautor Wolf Lotter. Mit seinem Vortrag über Echtes und Einzigartiges analysierte er die Schwierigkeiten des satten Westens bei der Transformation von der Industrie- in die Wissensgesellschaft. Den Anwesenden sprach er Mut zu und ermahnte sie zugleich, bei der Schaffung einzigartiger Erlebnisse und Begegnungen nicht nachzulassen. Die anschließende Bootsfahrt auf dem Bodensee bot bei strahlendem Sonnenschein einen weiteren Anlass für den intensiven Austausch unter den Teilnehmenden.

Den traditionellen Icebreaker und Einstieg in den zweiten Tag boten die mittlerweile Podcast-erprobten Rechtspraktiker Martin Glöckner und Thilo Könicke mit anschaulichen Beispielen aus der betrieblichen Praxis. Daran schlossen sich nahtlos die Best-Case-Circles zu den Themenfeldern B2C-Messen, B2B-Messen, Veranstaltungsleitung/Organisation, Geländeeigner, sowie Kulturwandel/Diversity an. Hervorzuheben ist an dieser Stelle, dass sich die Gastgebenden der Messe Dornbirn ein kreatives Setting in ihrer größten Messehalle 11 überlegt hatten. Die Breakout-Räume für Deep Dives und die Best-Case-Circles wurden kurzerhand in die Ecken der Messehalle platziert und farblich markiert gestaltet, was sich als sehr transparent, kommunikativ und zugleich störungsfrei umsetzbar erwies.

Den Schlusspunkt unter die Tagung setzte Colin Fernando von den Markenstrategen der Firma Brand Trust aus Nürnberg, die nicht nur für die Entwicklung einer Dachmarke Vorarlberg verantwortlich zeichnen, sondern zahlreiche Messemarken strategisch positioniert haben. Er richtet die Aufmerksamkeit der Teilnehmenden auf den Kontext und das, was sich in Sachen Markenführung unter der Oberfläche abspielt.

In der abschließenden Pressekonferenz betonten die Vertretenden der Verbände Sabine Tichy-Treimel (Österreich), Roman Imgrüth (Schweiz) und Henning Könicke (Deutschland), dass sich die DACH-Messefachtagung offensichtlich bereits mit ihrer zweiten Durchführung als Fixpunkt etabliert habe. Auch der Mehrwert des grenzüberschreitenden Austauschs wurde von allen betont.

Henning Könicke zeigte sich bezüglich der Selbstwahrnehmung der Messewirtschaft als Leuchtturm der Resilienz selbstkritisch und rief die Messewelt dazu auf, in ihrem Bemühen um Flexibilität, Kundenzentrierung und Serviceorientierung nicht nachzulassen, um für zukünftige Herausforderungen gerüstet zu sein. Roman Imgrüth ergänzte, dass sich eine substanzielle Erholung der Branche fortsetze, diese aber vorerst noch keine Pause in den Transformationsbemühungen erlaube. Sabine Tichy-Treimel zeigte sich erfreut über eine auch im Feld der Teilnehmenden sichtbare Vielfalt. Insbesondere die Tatsache, dass Entwicklung vermehrt von Jüngeren und Frauen vorangetrieben werde, stimme sie zuversichtlich.

Könicke kommentierte das Selbstverständnis Deutschlands als Erfinder der Messen und Marktführer in Sachen Weltleitmessen dahingehend kritisch, dass dies nicht dazu führen dürfe, wichtige Binnenmärkte aus dem Blick zu verlieren. Er sieht für die Zukunft Formate im Fokus, die global unabhängig funktionieren und vor allem vielfältige Kundenbedürfnisse stärker in den Fokus nehmen, indem Relevanz durch maßgeschneiderten Mehrwert gerade für knappe Zeitbudgets von Besuchenden geschaffen wird. Tichy-Treimel betonte den unterschiedlichen Charakter des österreichischen Messemarktes, der viel stärker regional orientiert sei. Trotz größerer Kundennähe und Flexibilität und einem eindeutig positiven Trend sei der Markt noch nicht wieder ganz dort angekommen, wo ihn die österreichischen Messeplätze gerne hätten. Imgrüth beklagte mit der Aufgabe des Schweizer Automobilsalons den Verlust eines weiteren internationalen Aushängeschildes. Ansonsten sei man auf dem Weg, das Niveau von 2019 bald wieder zu erreichen und er betonte, dass dies ja für die Branche ein absoluter Rekordwert sei. Der Transformation von Formaten und Geschäftsmodellen räumt Imgrüth hohe Priorität ein.

Alle drei zeigten sich über den spürbaren Enthusiasmus unter den Teilnehmenden während der drei Tage am Bodensee erfreut, den sie als Indikator für eine nachhaltig positive Entwicklung werteten. Eine zukunftsfeste Chance liege in dem begründet, was Wolf Lotter unserer Wirtschaft als Ganzes ins Stammbuch schrieb: Mehrwert durch Authentizität schaffen, dafür seien Messen in ihrer Wahrhaftigkeit und Unmittelbarkeit geschaffen. Wenn sie das mit einer einfachen und erlebnisreichen Customer Journey und einer guten Anbindung an digitale Kanäle sicherstellen, stehe Fach- wie Publikumsmessen eine rosige Zukunft bevor.

Oliver Schmitt

Pressekontakt:

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