

Willkommen in der Messelandschaft Schweiz

Landschaften können einladend, schroff und karg, lieblich, faszinierend oder langweilig sein. Viele weitere Adjektive könnten eine Landschaft beschreiben, die man flüchtig oder intensiv auf Reisen, in den Ferien oder anlässlich eines Messebesuchs erlebt hat. Wie aber beschreibt und erlebt man die Messelandschaft Schweiz? Und wo liegt der Unterschied zu anderen Messelandschaften?

Nun – ein Blick in die Schweizer Messestatistik sagt etwas über kleinere Dimensionen. Dennoch findet man auch in der Schweiz große internationale Leitmesse: die ArtBasel, die Basel World, den Internationalen Genfer Automobilsalon oder die ITU World Telecom, die nach einem Abstecher in diesem Jahr nach Hongkong, 2009 wieder nach Genf zurückkehren wird. Daneben findet sich eine Vielzahl spezifischer, oft internationaler Fachmessen, thematisierte Publikums-messen und Verbrauchermessen „made in Switzerland“, die sich durch die sprichwörtliche „Swissness“ abheben – ein Qualitätssiegel, das Schweizer Produkten und Leistungen von ihren ausländischen Kunden verliehen wird. Rund 160 Messen sind es jedes Jahr, die durch die 23 Mitglieder der Vereinigung Messen Schweiz – VMS organisiert und/oder durchgeführt werden. Über 40.000 Aussteller, davon gut ein Viertel aus dem Ausland, können dabei Jahr für Jahr rund 6,5 Millionen Besucher registrieren.

Ein wesentlicher Unterschied ist allerdings sofort auszumachen: In Deutschland sind oft Städte oder Bundesländer, die Öffentliche Hand also, Besitzer der Infrastrukturen. Die Schweizerischen Messeplätze sind zum größten Teil privatwirtschaftlich finanziert, und damit hängt die Messlatte der Rentabilität hier zwangsläufig sehr viel höher als andernorts.

Die Messelandschaft, und damit das Messegeschäft als Branche, verändert sich in der Schweiz genauso wie in anderen Ländern – vergleichbar der Veränderung der Landschaft durch Bautätigkeit und Besiedelung, durch Aufforstung oder Abholzung oder durch Erosionen. Dabei ist die gewollt herbeigeführte Veränderung der ungewollten und unkontrollierten natürlich in jedem Falle vorzuziehen. In diesem Sinn ist die Vereinigung Messen Schweiz – VMS eine Kooperation mit der renommierten Universität St. Gallen (ehemalige Handelshochschule St. Gallen) eingegangen. Zusammen mit Prof. Dr. Christian Belz und seinem Team werden die Herausforderungen, Chancen, Lösungsansätze und Innovationstrends im Messewesen in einer Fokusgruppe untersucht und erarbeitet.

Das Messewesen verändert sich zu einem übergreifenden Ganzen, in dem die Messe-, Event- und Veranstaltungsbranche gleichermaßen ihren Platz hat. Das tayloristische System der getrennten Berufe und Branchen wird damit obsolet. Es wachsen Dinge zusammen, die in der Vergangenheit akademisch getrennt waren, sich jetzt aber auf ganz natürliche Weise annähern. Nicht Größe, Macht oder die Verteidigung von bestehenden Positionen sind das Ziel dieser Bewegung, sondern die konsequente strategische und operative Neuausrichtung auf sich verändernde Gegebenheiten und sich bietende Chancen. Begegnungs-Marketing oder Live-Marketing heißen die neuen Oberbegriffe. Die intensive persönliche Begegnung zwischen Anbieter und Anwender steht im Vordergrund und nicht mehr das einzelne Produkt oder die spezifische Dienstleistung. Es geht um die generelle Leistungsfähigkeit und die Problemlösungskompetenz eines Unternehmens und es werden Markeninhalte und -werte kommuniziert und vermittelt.

In diesem Sinne: Willkommen im sich verändernden Messe- und Veranstaltungsmarkt Schweiz. Wir freuen uns auf die Begegnung mit Ihnen!



Bruno Lurati
ist Geschäftsführer der
Vereinigung Messen Schweiz - VMS