



Der Messeplatz Schweiz – eine effiziente Begegnungsplattform zwischen Angebot und Nachfrage

Alljährlich publiziert die Vereinigung Messen Schweiz – VMS, der Dachverband der schweizerischen Messeplätze und Messeorganisatoren, ihren Messekalender. Gleichzeitig bietet sie unter www.messenschweiz.ch Zugang zur umfassenden Datenbank aller in der Schweiz stattfindenden Messen und Ausstellungen. Nach verschiedensten Suchkriterien, wie Datum der Veranstaltung, Durchführungsort, ausstellende Branche oder Thematik der Messe kann die gesuchte Veranstaltung gefunden und weitere Informationen im Detail abgerufen werden. Aus diesen Daten erstellt die Vereinigung Messen Schweiz – VMS ihre jährliche Statistik, die einige interessante Informationen zum Messeplatz Schweiz offenbart:

Auf rund 500'000 m² Fläche finden jährlich rund 220 Publikums- sowie B2B - Fachmessen statt. Die feinere Unterteilung zeigt für das vergangene Jahr 25 Publikumsmessen und 115 thematisierte Publikumsmessen sowie 79 professionelle Fachmessen auf internationaler, nationaler und regionaler Ebene. Mit insgesamt 42'800 Ausstellern, wovon 9'300 aus dem Ausland, wurden gleich zwei neue Spitzenergebnisse erzielt und auch die 6'725'000 Besucher stellen einen neuen Höchststand dar. Die Mitglieder der Vereinigung Messen Schweiz beschäftigen zusammen knapp eintausend festangestellte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und realisieren zusammen über CHF 560 Millionen Umsatz. Diese Zahlen sind aber nur quasi die Spitze des Eisbergs. Denn das Messengeschäft der Messeorganisatoren befruchtet eine ganze Reihe von Partnerbranchen. Die Standbauer, die Eventagenturen, die Kommunikationsspezialisten, die technischen Dienstleister sind unmittelbar sichtbare Partner. Daneben sind die Logistiker, die Restaurateure, die Hoteliers, die öffentlichen und privaten Verkehrsmittelanbieter genauso Partner, wie das lokale Gewerbe. Studien der grossen Messeplätze belegen es: Die Umwegrentabilität der Messeveranstaltungen ist für die Messestandorte und damit für den Wirtschaftsstandort Schweiz von erheblicher Bedeutung. Mehr als CHF 5 Milliarden Umwegrentabilität werden durch die Messebranche generiert – und mehrere 10'000 Mitarbeiter leben direkt und indirekt von den Messen und Ausstellungen in der Schweiz.

Die erfreulichen Zahlen des letzten Messejahres sind Ausdruck verschiedener Umstände und Anstrengungen, die es im Folgenden kurz zu würdigen gilt.

Die solide Konjunktur des Jahres 2007 hat ausgezeichnete Rahmenbedingungen geschaffen. Sowohl die Exportindustrie als auch der private Konsum erreichten im vergangenen Jahr erfreuliche Werte, welche – die Erfahrung zeigt dies – die Bereitschaft, in Marketingmassnahmen zu investieren, begünstigen. Wenn hier bewusst von Investitionen und nicht von Kosten gesprochen wird, geschieht dies mit voller Absicht. Messen sind im Rahmen der Kommunikationsinstrumente des Marketing hocheffiziente Plattformen der Begegnung, deren Einsatz auf die strategische ggf. operative Ebene der Kommunikation gehören. Messen sind insbesondere im Bereich der B2B-Veranstaltungen keine taktischen Instrumente, welche kurzfristig eingesetzt werden sollten und mit denen sich primär kurzfristige, taktische Ziele verfolgen lassen. Es sind Investitionen in die Zukunft. Entsprechend ist es falsch, dieses hochwirksame Marketinginstrument jeweils nur in Zeiten erfreulicher Konjunkturlage zu nutzen. Professionell geplante und durchgeführte Messebeteiligungen haben Langzeitwirkung!

Aber auch das Messewesen in sich hat sich gewandelt. Messeorganisatoren stellen nicht mehr nur die Hallenfläche zur Verfügung und stellen die technischen Dienstleistungen zum Bau und Betrieb der Messe sicher. Dies sind heute bloss noch Grundvoraussetzungen. Erfolgreiche Messeorganisatoren werden zum integrierten Teil einer Branche. Sie sprechen die Sprache der Branche, sie kennen die Sorgen und Nöte, aber auch die Chancen der entsprechenden Branche. Sie organisieren Begegnungs-

plattformen und bringen die Akteure, die Beeinflusser und die Kommunikatoren der Branche zusammen und schaffen Erlebniswelten, in denen der einzelne Aussteller seine Unternehmung, seine Unternehmens- und Markenwerte präsentieren und erleben lassen kann. Die Messen werden zu Gefässen, der durch die Aussteller an den Markt zu übermittelnden Botschaften. So gesehen werden die Messen zu professionellen Absatzhelfern des Ausstellers. Die Messe wird zum Teil ihres Produktes!

Die Vereinigung Messen Schweiz arbeitet zusammen mit ihrem Partner, dem Institut für Marketing und Handel an der Universität St. Gallen daran, diesen integrierten Nutzen der Messebeteiligung für den Aussteller sichtbar und transparent zu machen. Zu diesem Zweck engagiert sich die VMS aktiv in der Aus- und Weiterbildung der zukünftigen Kader und der heutigen Marketing- und Vertriebsverantwortlichen. Gleichzeitig bietet die Vereinigung Messen Schweiz ihren Mitgliedern bzw. deren Mitarbeitern die Möglichkeit, an gemeinsam mit dem Kompetenzzentrum für Messen und Events durchgeführten Fokusgruppen, die eigene Weiterbildung sicherzustellen.

Es lohnt sich, Mitglied der Vereinigung Messen Schweiz – VMS zu sein! Die Geschäftsstelle informiert Sie gerne, wie wir Ihnen als Aussteller und Ihnen als Veranstalter helfen können, noch erfolgreicher zu sein. Stellen Sie uns auf die Probe!