

Die Entwicklung des Schweizerischen Messeplatzes zwischen 2005 und 2010

Der schweizerischen Messeplätze und -organisatoren gehören in Europa nicht zu den grossen, flächenintensiven Messeanbietern. Ihr Flächenangebot wurde in den vergangenen Jahren nicht oder nur unwesentlich vergrössert. Dies dürfte sich auch in der mittelbaren Zukunft auch nicht ändern. Das Hauptaugenmerk liegt in der Pflege der „SWISSNESS“-Charakteristiken: Qualität im Angebot, Zuverlässigkeit in der Leistung und Sicherheit im Betrieb.

Seit dem Jahr 2005 werden die wesentlichen statistischen Daten der Schweizerischen Messeplätze erhoben. Nun, nach 6 Jahren soll eine erste Entwicklungsanalyse und die Schlüsse daraus gezogen werden.

Warum die Betrachtung über diesen doch relativ langen Zeitraum? Das Messewesen kennt starke zyklische Schwankungen kalendarischer Natur. Bekanntlich sind Frühling und Herbst typische „Messemonate“ in denen die Hallen voll sind, das Messengeschäft brummt und es für den selbständigen Messeorganisator ohne eigene Infrastruktur schwierig wird, neue geeignete Zeitfenster für seine neuen Messen zu finden! Darüber hinaus unterliegen insbesondere die Fachmessen unterschiedlichen Durchführungsrhythmen von ein bis drei Jahren. Und als Drittes ist die „konjunkturelle Krisenanfälligkeit“ zu nennen. Controller neigen dazu, in Krisenzeiten den Rotstift schnell bei Kommunikationsmassnahmen, zu denen die Messe gehört anzusetzen und übersehen dabei, dass die negative Wirkung der Absenz oft nicht unmittelbar sondern erst mittelfristig entsteht. Messen sind für den Aussteller Investitionen in zukünftige Geschäfte! Diese Umstände erschweren kurzfristige Vergleiche. Somit wird eine Beobachtungsdauer von 6 Jahren geradezu ideal. In dieser Zeitspanne wurden die Messen 6, 3 oder mindestens 2 Mal durchgeführt worden. Allerdings gilt es zu beachten, dass statistisch gesehen für den einzelnen Messeplatz in den Jahren 2 und 3 Kumulationen entstehen, die aber in der Summe aller Messeplätze in der Betrachtung während zwei solcher Perioden ausgeglichen werden dürften.

Was kann nun beobachtet werden:

1. statistische Entwicklungen

Im Betrachtungszeitraum ist die zur Verfügung stehende Hallenfläche in der Schweiz im Vergleich zum europäischen Ausland (z.B. Deutschland und Spanien) nur unwesentlich, d.h. um 3,6% gewachsen (von 460'000 auf rund 481'000 m²). Entsprechend gut wird diese Infrastruktur ausgelastet. Die jährlich durch die Messen belegten Bruttoflächen sind denn auch von rund 2,85 Mio m² (2007) auf 3,1 Mio m², also um rund 9% gewachsen. Der Anteil der B2B-Fachmessen hat sich mit rund 38%, der thematisierten B2C Publikumsmessen mit 41% und der generellen B2C- Publikumsmessen bei 21% praktisch nicht verändert. Auch die Besucherzahlen sind insgesamt in den vergangenen sechs Jahren bei rund 6,1 Mio jährlichen Messebesuchern und zusätzlichen 800 – 900'000 Besuchern an weiteren Veranstaltungen innerhalb der Messehallen stabil. Bei diesen weitgehend unveränderten Voraussetzungen erstaunt nicht, dass auch die Zahl der jährlichen Aussteller sich bei rund 40'000 pro Jahr eingependelt hat, wobei der Anteil der ausländischen Aussteller in Abhängigkeit mit dem vorgängig genannten zyklischen Messekalender zwischen 18% und 23% über alle Messen gemessen schwankt. Die beiden in der „internationalen Liga“ arbeitenden Messeplätze Basel/Zürich und Genf verzeichnen naturgemäss an diesen rund 9'000 jährlich anwesenden Ausstellern aus dem Ausland einen überdurchschnittlich hohen Anteil von rund 30 % in Basel/ Zürich und 50% in Genf.

2. Investition in die Qualität der Infrastruktur

Sehr auffallend und signifikant sind die steigenden Investitionen der Schweizerischen Messeplätze, ohne dabei das Angebot an Messefläche wesentlich zu vergrössern! Die Investitionen steigen ganz klar in die Qualität der für das Messewesen mitentscheidenden Infrastruktur für Aussteller und Besucher! Im Betrachtungszeitraum haben sich die jährlichen Investitionen von ehemals knapp 40 Mio CHF kontinuierlich auf derzeit über 130 Mio CHF pro Jahr mehr als verdreifacht. Dieses jährliche Investitionsvolumen wird in den nächsten drei bis fünf Jahren auf diesem hohen Niveau weitergehen. Dazu sechs repräsentative Beispiele:

Die MCH Gruppe investiert in ihrem Messezentrum im Basel über einen Zeitraum von fünf Jahren rd. 430 Mio CHF, ohne das Flächenangebot an Hallenfläche zu erhöhen. Im Gegenteil: Die angebotene Fläche wird um 21'000 m² verringert, wobei das Hallenvolumen mindestens teilweise durch eine grössere Hallenhöhe kompensiert wird. Die Investition gehen vollständig in die Verbesserung des qualitativen Angebots für den Aussteller und den Besucher. Gleichzeitig wird der nachhaltigen Energieversorgung (Solarenergie) und dem sparsamen Verbrauch durch entsprechende Wärmedämmung grosse Beachtung geschenkt.

Der Messeplatz Bern investiert rund 50 Mio CHF in eine neue Ausstellungshalle von 10'000 m², wobei gleichzeitig die alte Halle 150 abgerissen wurde. Damit haben sich die qualitativen Rahmenbedingungen, nicht zuletzt auch Dank des neu gebauten, modernen Messerestaurants sowohl für den Aussteller wie auch für den Besucher deutlich verbessert.

Der Messeplatz Genf investiert seit 2008 und in den kommenden Jahren rund 110 Mio CHF für die komplette Sanierung des in die Jahre gekommenen Kongresszentrums und diverse Adaptationen und Renovationen sowie Verbindungshallen rund um die Halle 6, wobei insgesamt 6'000 m² zusätzliche Fläche entstehen werden.

Der Messeplatz Luzern schafft neuen Raum für Neues. Rund 60 Mio CHF werden bis 2013 in den Bau von zwei neuen, modernen Messehallen mit integriertem Kongresszentrum im Minergie-Standard und eigener Photovoltaikanlage auf dem Dach investiert. Das Flächenangebot erhöht sich dabei nur um 3'000m² auf 15'000 m², weil parallel dazu die beiden in die Jahre gekommenen Messehallen 1 und 2a abgerissen werden. Mit dem gleichzeitigen Bau der unterirdischen S-Bahnstation unter der neuen Messehalle entsteht in Luzern ein neues, modernes Messezentrum. Die Qualität für den Aussteller und der Komfort für den Besucher stehen dabei auch hier im Vordergrund aller Bemühungen.

Der Messeplatz Lausanne investiert in drei Etappen bis 2020 rund 100 Mio CHF, wobei sich die angebotene Fläche nicht vergrössern wird. Auch liegt das Augenmerk auf der qualitativen Verbesserung der Rahmenbedingungen für die Aussteller und die Besucher.

Der Messeplatz St. Gallen investiert derzeit und in den kommenden Jahren rund 60 Mio CHF in ein kombiniertes Gebäude mit Kongresszentrum, Räumen mit polyvalenter Nutzung und einem Hotel, ohne dabei das Flächenangebot wesentlich zu vergrössern.

3. Investition in die Qualität des Leistungsangebotes

Was aus keiner Statistik herausgelesen werden kann, weil als „Kosten“ verbucht, sind die Investitionen in die Qualität des Leistungsangebot der Messeplätze und –organisatoren. Einerseits investiert der Verband in die Ausbildung des eigenen Nachwuchses und der künftigen Kunden, indem auf der Stufe der Fachhochschule (HWZ) und der Universität (Uni St. Gallen) , Ausbildungsprogramme zum Thema Live Communication geschaffen wurden. Andererseits investiert der Verband in die heutigen Mitarbeiter und Kader, indem in Zusammenarbeit mit der Universität St. Gallen regelmässige, verbandsinterne Schulungs- und Weiterbildungsseminare durchgeführt werden.

Das Schweizerische Messewesen darf zuversichtlich in die Zukunft blicken!

Bruno Lurati BLu-consult
im Auftrag
Expo-Event - Live Communication Verband Schweiz

Anzahl Zeichen inkl. Leerschläge: 7547 Zeichen