



Messe-Frühling mit Start-Problemen

Sie hatte sich soviel vorgenommen, sie erstickte fast in der eigenen Wende-Euphorie, sie hatte zwei Jahre lang am Wandel zum Besseren gearbeitet. Und dann das: Statt des erhofften Besucherandrangs verlor die Essener Baufachmesse „Deubaukom“ (als Nachfolger der traditionsreichen „Deubau“) gegenüber der Veranstaltung vor zwei Jahren erneut rund 20 000 Besucher. Und schon damals war der Besucherrückgang gegenüber 2010 mit 18 Prozent sozusagen dramatisch, was letztlich die Veranstalter ja auch zum Strategiewechsel trieb.

Es sollte keine „traditionelle“ Messe mehr sein, wo sich Messestand an Messestand reiht, sondern das Messegelände sollte Plattform werden für „Kompetenzzentren“, vier an der Zahl mit ganz unterschiedlichen Schwerpunkt-Informationen (mehr darüber auf Seite 36). Die potentiellen Aussteller haben das anscheinend ja auch verstanden. Denn ihre Zahl war gegenüber 2012 nur geringfügig rückläufig (von 621 auf 601). Verstanden hat es aber offensichtlich nicht die Vielzahl der potentiellen Besucher, für die man das neue Konzept schließlich ja erarbeitet hatte. Immerhin findet die Essener Baumesse mitten in einem der wirtschaftlich aktivsten deutschen Ballungszentren Rhein/Ruhr mit traditioneller Ausstrahlung in Richtung BeNeLux statt. Dass sie die neue Messe-Botschaft nicht verstanden haben, wäre ihnen übrigens auch

nicht zu verdenken. Denn selbst bei uns in der Redaktion ist die offizielle Wende-Botschaft nur bruchstückhaft angekommen.

Da hätte man wohl in der Essener Vorstandsetage schon deutlich vernehmbarer für das angeblich soviel zeitgemäßere Konzept trommeln müssen. Oder andersherum gefragt: Wollen die Bauschaffenden gar kein neues Messe-Konzept? Womöglich reicht ihnen ja eine traditionelle Messe, auf der sie einfach nur Produkte anschauen, anfassen können, erklärt bekommen, Prospekte sammeln können und ihnen bekannte Firmen mit ihren Vertretern treffen können? Bleiben wir gleich in Essen. Beispiel SHK Essen 2014, der regionale Treffpunkt der Sanitär, Heizungs- und Klima-Branche, die in wenigen Tagen auf dem Essener Messegelände stattfindet (siehe auch Seite 22). Hier meldet die Messe Essen volles Haus, ganz ohne Strategiewechsel, abgesehen vielleicht von dem einen oder anderen neuen Rahmenprogramm. Ich bin kein Hellseher, aber ich bin sicher: es wird wieder eng so wie vor zwei Jahren.

Oder Beispiel BAUMünchen: Auch hier ganz traditionell Halle an Halle, Messestand an Messestand und trotzdem volles Haus. Keine noch so angestregten zukunftssträchtigen Strategie-Konzepte, aber eine so lange Aussteller-Warteliste, dass die Messe auf die Veranstaltung 2019 vertrösten muss, weil bis dahin zwei neue Hallen gebaut werden. Und

wenn die BAU am 19. Januar 2015 ihre Tore öffnet, strömt alles aufs Messegelände, was sich in irgendeiner Form zum Bauvolk zählt. Unter uns: Die BAU hat zwar einen internationaleren Anstrich als die Deubau, aber aus deutscher Sicht ist sie gleichwohl durchaus regional strukturiert. Besucher aus dem norddeutschen Raum werden auf der Münchener Messe eher seltener gesehen, was die Veranstalter allerdings nur ungern öffentlich machen.

Was also macht die Deubau falsch? Das konjunkturelle Umfeld ebenso wie das Einzugsgebiet und dessen Wirtschaftskraft, alles (derzeit) hierzulande bestens. Immerhin haben die Messe-Verantwortlichen jetzt wieder zwei Jahre Zeit, über neue Wachstums-Strategien nachzudenken. Ich bin darauf gespannt, aber mein Wunsch nur: Wenn ihnen etwas einfällt, dann mögen sie es bitte laut vernehmlich und vor allem verständlich kommunizieren und nicht wie bisher gewissermaßen hinter vorgehaltener Hand.

Ihr
Gehard Kille
gkoehler@stein-keramik-sanitaer.de