

China: Investitionen in physische statt digitale Messen

Verwaiste Messehallen, stattdessen teure Investitionen in hybride oder komplett digitale Veranstaltungen: Nicht jeden überzeugen die neuen Konzepte und die Konkurrenz in Asien schläft nicht. In China finden bereits wieder physische Messen statt. Dadurch baut das Land seinen Anspruch als wichtigen Messestandort in der Welt aus.

2020 war ein Seuchenjahr, nicht nur in der Messeindustrie. In Deutschland machte die Branche laut dem Verband der deutschen Messwirtschaft, AUMA, nur ein Viertel des erwarteten 4 Milliarden Euro Umsatzes, nur 114 der geplanten 355 geplanten Messen fanden statt. Ähnlich sieht es in weiten Teilen der Welt aus. Viele Messen finden als reine online oder hybride Veranstaltung statt oder wurden schon auf das Jahr 2022 verschoben. Nicht so aber in China. Hier finden seit Mitte 2020 wieder viele physische Messen statt. Das Shanghai New International Expo Centre (SNIEC) allein empfing 2020 etwa 3,5 Millionen Besucher bei 83 Veranstaltern und verzeichnete dabei keinen einzigen Corona-Fall. In einem Webinar des internationalen Messerbandes IFES berichtete Michael Kruppe, General Manager von SNIEC, dass solche Besucherzahlen durch drei Voraussetzungen ermöglicht wurden: Das harte Durchgreifen der chinesischen Regierung im Kampf gegen das Coronavirus, die Nutzung von Corona-Apps zur Kontakt- und Bewegungsnachverfolgung, beziehungsweise -beschränkung – mit für westlichem Verständnis mangelndem Datenschutz – und strenge Sicherheitsprotokolle auf dem Messegelände. Mit der Halbleitermesse Semicon fand im Juni die erste physische Messe nach

dem Lockdown in Shanghai statt. Vorausgegangen waren unter anderem Investitionen in Infrarotkameras zum Messen der Körpertemperatur und Gesichtserkennungssoftware zur Einlasskontrolle. Nur vorangemeldete Besucher, die nicht aus einem Risikogebiet kamen, durften das Messegelände betreten. Um Abstand halten zu ermöglichen, wurde die Besucherkapazität auf 50% pro Halle reduziert und es herrschte strenge Maskenpflicht. Auch in die physische Infrastruktur wurde investiert, unter anderem in Handdesinfektionsspender an allen Eingängen und mehr Luftfilteranlagen.

Nach der erfolgreichen Feuerprobe konnten dank sehr kurzer Auf- und Abbaueiten und der Bereitschaft, Messen auch zu eher ungewöhnlichen Zeiten wie kurz vor Weihnachten durchzuführen, viele ausgefallene Veranstaltungen aus dem ersten Halbjahr in der zweiten Jahreshälfte nachgeholt werden. Laut der Nachrichtenagentur Sina sind die weiteren Marktaussichten sehr gut. In den kommenden 5 Jahren könnte die chinesische Messeindustrie mit einem jährlichen Wachstum von mehr als 10% rechnen. Messen in Europa und Nordamerika drohen durch Veranstaltungsausfälle und dem Mangel an physischer Präsenz dauerhaft abgehängt zu werden. Zum New Normal in China gehört wegen strenger Einreiseregungen vorerst aber auch die Abwesenheit internationaler Aussteller und Besucher. Zu sehen war dies unter anderem bei der sonst von Chefs der Autokonzerne gut besuchten Auto China 2020, der Internationalen Automobilausstellung in Peking. Michael Kruppe sieht hierin kein Problem für den Messestandort China. Dieser sei relativ unabhängig von interna-

tionalen Besuchern, da fast alle großen Unternehmen Standorte in China hätten und es genügend lokale Firmen in den meisten Branchen gäbe. Über 90% aller Messe-Besucher seien Chinesen, nur etwa 3% kämen aus dem Westen. Da der Markt in China für viele Unternehmen aber immer wichtiger wird, könnte sich dies in Zukunft ändern.

Kritisch sieht Kruppe dagegen Investitionen in hybride Messe-Tools oder komplette online-Messen. Im Gespräch mit IFES erzählte er, dass 2020 nur etwa 10 von 83 Veranstaltungen hybride Elemente nutzten. 80% davon seien unzufrieden damit gewesen. Seiner Meinung nach läge dies daran, dass die meisten Anbieter von Online-Solutions reine Verkaufsplattformen anböten. Dies sei nicht das gleiche wie eine Ausstellungsplattform. Erstere seien eventuell für Güter sinnvoll, bei denen die Preisfrage im Vordergrund stünde, nicht aber für B2B Messen. Bei diesen ginge es mehr um Kontaktherstellung und das Entstehen neuer Lösungen und Produkte. Dies könne auch nicht durch Webinare ersetzt werden. Mit den online-Formaten sei es daher schwieriger, Geld zu verdienen. Er bezweifle eine massive Veränderung des Marktes und rechne weiter mit dem Primat der klassischen Messen.

Doch auch Kruppe kann sich nicht auf reine Präsenz-Messen verlassen, die Corona Infektionen steigen in China wieder leicht an. Die Chancen, dass die nächsten Messen in Shanghai wie gewohnt stattfinden können, sieht er nur bei 50/50. Das Webinar und viele weitere finden Sie auf <https://www.ifesnet.com/solutions-sessions>

Sonderteil: Den Traum vom eigenen Pool erfüllen



Immer mehr Menschen erfüllen sich den Traum vom eigenen Pool. Mit einem Swimmingpool wird der eigene Garten zur Urlaubsoase – doch wer lange Freude an seinem Gartenpool haben möchte, der sollte beim Poolbau auf Qualität setzen.

Wer die Kosten für das Schwimmbecken niedrig halten will, kann etwa beim Marktführer Desjoyaux auch die Pool-Komponenten erhalten und den Bau des Pools weitgehend selbst durchführen. Natürlich ist es auch möglich ein Komplettangebot zu erhalten. Da die Pools individuell mit einem modularen Pool-System gefertigt werden, ist jede Form, Größe und Tiefe möglich.

Besonders hervorzuheben ist die einzigartige Desjoyaux Filtertechnik. Der patentierte Poolfilter benötigt keinen Anschluss an die Kanalisation und lässt sich einfach mit dem Gartenschlauch oder bei einer 30 Grad Wäsche reinigen. Das Wasser bleibt kristallklar und der Pool ist auch im Betrieb kostengünstig und wartungsarm.

Ein unverbindliches Angebot erhalten Sie gerne auf: www.poolbau.com