

Lausanne und Freiburg sollen Comptoir zurückbekommen

Das letztes Jahr eingestellte Comptoir suisse in Lausanne soll in kleinerer Form wiederaufleben. Als Comptoir helvétique soll die Messe künftig alternierend in der Waadtländer Hauptstadt und in Freiburg stattfinden.

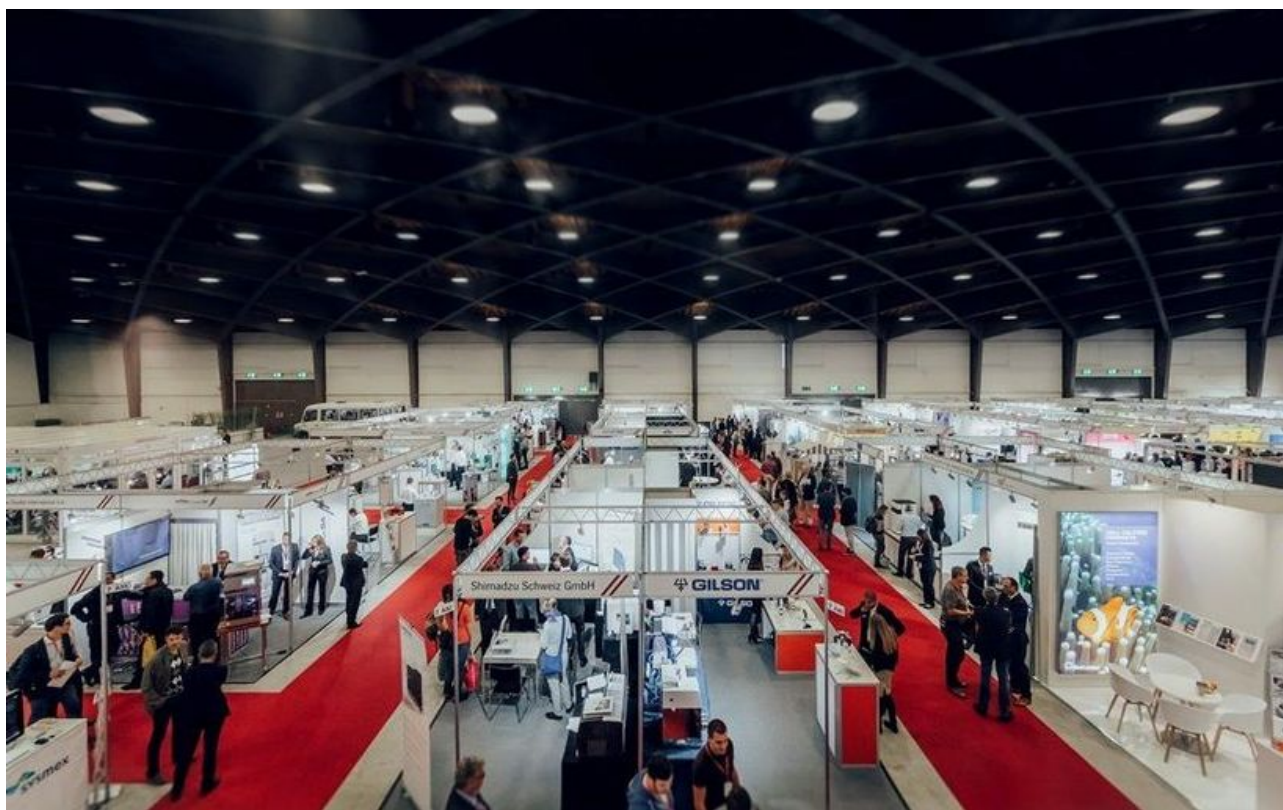


Bild: MCH Group

Im vergangenen Jahr hatte die in wirtschaftliche Schwierigkeiten geratene MCH Group entschieden, die Muba in Basel sowie die Publikumsmessen Züspa in Zürich und das Comptoir suisse in Lausanne einzustellen. Die Freiburger Messe, die letztes Jahr noch 66'000 Besucher zählte, fand ebenfalls zum letzten Mal statt. Die jeweiligen Veranstalter hatten die Einstellung der Gewerbeausstellungen vor allem mit der Konkurrenz von Einkaufszentren und dem zunehmenden Online-Handel begründet.

Eine neue Event-Gruppe will das Comptoir aber trotz allem in neuer Form wiederauferstehen lassen und dabei gleich zwei Fliegen mit einer Klappe schlagen. Unter dem Namen Comptoir helvétique soll eine Wandermesse entstehen, die zum Publikum geht und alle zwei Jahre in Lausanne oder Freiburg stattfindet. Die Erstausgabe ist vom 13. bis 22. September in den Event-Hallen Beaulieu in Lausanne geplant, im November 2020 ist das Forum Freiburg an der Reihe, wie der Geschäftsführer David Chassot am Mittwoch an einer Medienkonferenz bekannt gab.

Die neuen Veranstalter, Chassot Concept, hoffen zwischen 75'000 und 100'000 Besucherinnen und Besucher anlocken zu können. Das Comptoir Suisse zählte 2018 lediglich noch 61'000 Besucher, während es 2017 noch 100'000 und vor zwanzig Jahren um die 200'000 gewesen waren.

Kleiner, aber ähnlich

Das Comptoir helvétique will kleiner und bescheidener werden. Vom Konzept her gleicht die Messe aber stark dem bisherigen Comptoir suisse. Neben 150 bis 200 Ausstellern wird es zahlreiche Restaurants, Essensstände und Bars geben, wobei die Schweizer Gastronomie im Zentrum steht. Einen besonderen Platz widmen wollen die Organisatoren zudem dem Thema Innovationen einerseits und Traditionen wie etwa der Landwirtschaft und den Tieren andererseits.

Die Organisatoren haben ausserdem eine Partnerschaft mit der Semaine du Goût geschlossen, die zur gleichen Zeit stattfinden. Chassot hofft, dass das neue Mini-Comptoir sowohl den Nostalgikern als auch jüngeren Generationen gefallen wird. Das Budget beläuft sich auf 900'000 Franken. Öffentliche Subventionen bekommt die Messe keine. (sda)

Publiziert am Mittwoch, 05. Juni 2019