

# «Eine Messe bildet den Markt ab»

Vier Wochen vor Messestart zählt die diesjährige Igeho 16 Prozent weniger Aussteller als noch vor zwei Jahren. Messeleiterin Corinne Moser erklärt die Gründe. Gleichzeitig konnte die Schweizer Gastgewerbemesse 175 neue Firmen akquirieren.



Corinne Moser.

**Corinne Moser, es ist die erste Igeho, die Sie verantworten, und bereits die vierte, die Sie als Kommunikationsleiterin betreuen. Was hat sich in dieser Zeit geändert?**

Die stetig fortschreitende Verschmelzung von realer und digitaler Welt führt dazu, dass die Angebote immer individueller auf die Bedürfnisse der Kunden ausgerichtet werden können – und müssen. Besonders in der Hospitality-Branche ermöglicht die persönliche Begegnung aber auch in Zukunft eine höhere Qualität als ein Austausch über digitale Kanäle. Dabei zu sein an einem Anlass, teilzuhaben an einem Gespräch – diese Dinge bedeuten den Menschen weiterhin sehr viel.

**Was gibt es für konkrete Neuerungen an der Igeho 2019, mit welcher Strategie dahinter?**

Die Aussteller, die auf der Igeho ihre Produkte und Dienstleistungen präsentieren und damit Trends setzen, sind nach wie vor der wichtigste Faktor für eine erfolgreiche Igeho. Entsprechend arbeiten wir kontinuierlich an der Erweiterung unserer Aussteller- und Besucherzielgruppen. Mit der Gastmesse DRINKaFAIR, die wir 2019 nach Basel holen, können wir die gesamte Bar- und Nightlife-Szene ansprechen.

**Die Messe zählt 2019 deutlich weniger Aussteller als vor zwei Jahren: Aktuell weisen Sie rund 530 Aussteller auf igeho.ch aus. 2017 kommunizierten Sie 750 und konnten im Vergleich zu 2015 sogar um 10 Prozent zulegen. Wie kam es zu dieser Abnahme?**

Die Ausstellarentwicklung ist immer natürlichen Schwankungen unterworfen. Es gibt solche, die dieses Jahr fernbleiben, eine Teilnahme für 2021 aber bereits wieder ins Auge fassen. Die Branche wandelt sich stetig, entwickelt sich weiter; es findet ein fortschreitender Konzentrationsprozess statt. Das führt dazu, dass mehrere Firmen und Marken vom selben Unternehmen vertreten werden. Das ist der Hauptpunkt, der die geringere Ausstellerzahl erklärt. Die 2017 kommunizierte Ausstellerzahl beinhaltete ausserdem die 70 Haupt- und Mitaussteller der «Mefa», die 2019 nicht stattfindet. Mit den 42 Ausstellern der DRINKaFAIR stehen wir heute, rund 4 Wochen vor Messe, bei 630 Ausstellern.

**Wie gehen Sie damit um?**

Eine Messe bildet den Markt ab. Um erfolgreich zu sein, muss ein Unternehmen heute offen auf Neuerungen zugehen und das Digitale und Analoge zu verbinden wissen. Wenn die Igeho dazu beitragen kann, indem sie als Begegnungsplattform für den persönlichen Informations- und Wissensaustausch dient, haben wir unseren Auftrag erfüllt.

**Inzwischen kommen bereits 22 Prozent der Aussteller aus dem Ausland, insbesondere aus Deutschland. Die Schweiz ist ein guter Markt für ausländische Firmen - sehen Sie hier noch mehr Potenzial?**

Die Igeho ist und bleibt der grösste und wichtigste Treffpunkt für erfolgreiche Gastgeber in der Schweiz. Viele Unternehmen testen ihre Produkte im anspruchsvollen Schweizer Markt, bevor sie international gehen. Natürlich ist der Schweizer Markt für ausländische Firmen auch aufgrund des starken Frankens interessant. Der Anteil an Firmen aus dem Ausland ist jedoch stabil; wir konzentrieren uns in erster Linie auf den Schweizer Markt.

## **Die Akquise neuer Firmen scheint trotz attraktivem Schweizer Markt aber schwierig: Die Newcomer's Area konnte nicht zulegen...**

Wir können an der Igeho 2019 175 Neuaussteller verzeichnen. Das sind Firmen, die entweder noch nie ausgestellt haben oder aber seit 2011 nicht mehr vor Ort waren. Die Anzahl Messeinsteiger und Start-ups, die sich in der Newcomer's Area präsentieren, entspricht dem Vormesseniveau.

## **Statt Mefa bieten Sie nun eine Getränkemesse als Parallelmesse: Was erhoffen Sie sich davon?**

Als separater Fachbereich für Bar und Spirituosen ergänzt die DRINKaffAIR das Ausstellungsangebot der Igeho optimal. Mit der DRINKaffAIR können wir die Bar- und Nightlife-Szene ansprechen – sowohl aussteller- als auch besucherseitig – und gleichzeitig für die Igeho begeistern.

## **Das Rahmenprogramm ist vielfältig – wie viele Besucher kommen wegen dem Rahmenprogramm?**

Der Hauptnutzen eines Messebesuchs respektive Messeauftritts liegt sowohl für Besucher als auch für Aussteller in der persönlichen Begegnung. Die Messe-Highlights tragen zu einem runden Gesamterlebnis bei.

## **Das Rahmenprogramm mit allen Begleitveranstaltungen lassen Sie von Partnern organisieren. Warum lagern Sie das aus? Um Kosten zu reduzieren?**

Die Rahmenprogramme, die innerhalb der Messehallen stattfinden, werden in enger Abstimmung und Zusammenarbeit mit Partnern und Verbänden organisiert. Das verleiht den Events die nötige Glaubwürdigkeit sowie Verankerung in der Branche. Die Gesamtkosten für die infrastrukturelle Bereitstellung der Plattformen trägt die Messe. Natürlich geht es auch um Synergien und Kostenreduktion, das ist fast immer ein Effekt von Kooperationen.



Gudrun Schlenczek

Publiziert am Montag, 14. Oktober 2019