

Messe Bozen AG

Positiver Jahresabschluss 2019; 2020 Jahr der großen Herausforderungen und Chancen

Bei der Gesellschafterversammlung der Messe Bozen AG wurde der Jahresabschluss für das Geschäftsjahr 2019 genehmigt. Bei allen Messen konnten die vorgegebenen Ziele erreicht werden, während wichtige Leitveranstaltungen die Erwartungen übertroffen haben. Insgesamt fällt die wirtschaftliche Bilanz mit einer Gesamtleistung von 9.126.938 Euro und einem Gewinn von 69.792 Euro positiv aus. Die Aussichten auf das laufende Geschäftsjahr sind aufgrund von bereits 4 abgesagten Messen herausfordernd, die aktuelle Krise wird jedoch als Chance gesehen, um in neue digitale Formate zu investieren und verstärkt auf das Thema Innovation zu setzen.

Bozen, 22. Mai 2020 – Wie viele andere Branchen steht auch das Konzept Messe vor einem Umbruch. Als Ort des Dialogs, an dem viele Menschen physisch zusammenkommen, nimmt die Messe eine immer wichtigere Rolle als Katalysator von Ideen und Konzepten für eine bessere Zukunft ein. Diese Rolle nahm Messe Bozen ganz bewusst wahr und hat im Jahr 2019 im Rahmen ihrer Veranstaltungen konkrete Zeichen gesetzt. Neben der Klimahouse, die quasi als Pionier seit 15 Jahren ein wichtiger Marktplatz für Ideen zu Energieeffizienz, Ressourcenschonung und Reduktion von CO₂-Emissionen ist, wurde dem Thema Nachhaltigkeit in verschiedenen Ausprägungen auch in vielen anderen Messen eine tragende Rolle übertragen.

„Gerade der Rückblick auf ein sehr erfolgreiches und inspirierendes Messejahr 2019 in der jährlichen Gesellschafterversammlung hat in diesen Zeiten etwas sehr Bekräftigendes. Er bestärkt uns darin, den neuen Herausforderungen positiv und voller Energie zu begegnen und in dieser Zeit mit neuen digitalen Angeboten nah an den Bedürfnissen unserer Kunden zu sein“, erklärt Messepräsident Armin Hilpold. Aufgrund der aktuellen Corona-Krise war Messe Bozen gezwungen, vier der insgesamt fünf für das erste Halbjahr 2020 geplanten Veranstaltungen abzusagen. Dies und die Unsicherheiten bezüglich der Möglichkeiten zur Austragung von Veranstaltungen auch in der zweiten Jahreshälfte machen 2020 zu einer großen Herausforderung für Messe Bozen.

“Um unserer Rolle als Wirtschaftsmotor und als Innovations- und Kooperationsplattform gerecht zu werden, konzentrieren wir uns derzeit einerseits auf neue digitale Formate und arbeiten gleichzeitig weiter an den bevorstehenden Veranstaltungen. Messen spielen eine wichtige Rolle für die Erholung der Wirtschaft und können kurz- und mittelfristig wichtige Impulse geben, deshalb arbeiten wir mit dem Ressort Wirtschaft und der Landesregierung derzeit an einem Paket mit dem die Messebeteiligung von Südtiroler Unternehmen im Rahmen des Neustarts stärker gefördert werden kann“, führt Hilpold weiter aus.

Das Messejahr 2019

Das Kerngeschäft und damit die einzelnen Messen haben sich im Jahr 2019 stabil weiterentwickelt. Im Themenbereich Landwirtschaft konnte mit der dritten Auflage des Interpoma China Congress das Know-how im chinesischen Markt, in dem jeder zweite Apfel weltweit produziert wird, gefestigt werden. Daneben wurde die Messe für Direktvermarkter von landwirtschaftlichen Produkten, Agridirect, erstmals an die alpenländische Landwirtschaftsschau, Agrialp, angedockt. Die Direktvermarktung von landwirtschaftlichen Produkten kann als zusätzliche Einnahmequelle für landwirtschaftliche Betriebe in Zukunft eine wichtigere Rolle einnehmen und ist außerdem ein bestimmender Faktor im Zusammenspiel von Tourismus und Landwirtschaft.

Mit Ende des Jahres 2019 wurde schließlich das gesamte Corporate Design von Messe Bozen aufgefrischt und ein zeitgemäßes Erscheinungsbild eingeführt, das vor allem auf die veränderten Bedürfnisse im Umfeld der digitalen Kommunikationskanäle, insbesondere auch die vermehrte Nutzung von Smartphones, eingeht. Parallel zum neuen Corporate Design wurde im Lauf des Jahres 2019 auch an einer komplett neuen Website gearbeitet. Auch bei dieser strategisch wichtigen Investition wurde Wert auf eine „state of the art“ Entwicklung gelegt, mit dem Ziel Besucher, Aussteller und Stakeholder der Messe Bozen über die einzelnen Messen zu informieren und sie darüber hinaus zu inspirieren an den Messen teilzunehmen.

Fokus Nachhaltigkeit

Bei der Messe Hotel, die einen neuen Besucherrekord verzeichnen konnte, wurden erstmals jene Innovationen der Aussteller in den Vordergrund gestellt, die einen Beitrag zu einer nachhaltigeren Entwicklung des Tourismus gewährleisten. Der erste „Hotel Sustainability Award“ stellte damit erstmals die Bemühungen der Zuliefererindustrie des Tourismus in den Vordergrund und zeigte, dass die große Chance des Themas Nachhaltigkeit darin liegt, es als Innovations- und damit Wachstumsthema zu interpretieren.

Der Fokus auf Generationengerechtigkeit wurde auch im neu überarbeiteten und vom Verwaltungsrat genehmigten dreijährigen Strategieplan festgehalten, der unter anderem auch vorsieht, dass Messe Bozen innerhalb der nächsten drei Jahre zur nachhaltigsten Messe Italiens wird.