



Jahresbericht 2019

Relazione annuale 2019

Inhalt

Contenuti

Einleitung

Introduzione

Vorwort	
Premessa	8
Investitionen	
Investimenti 2017 - 2019	12

Die Ergebnisse der Messen

I risultati delle Fiere

Alpitem China	24
Klimahouse	26
Klimahouse Lombardia	28
Tipworld	30
Prowinter	34
Interpoma China Congress	36
Freizeit	
Tempo Libero	38
Kreativ	40
Hotel + Autochtone	44
Agrialp	46
Herbstmesse	
Fiera d'autunno + Arredo	48
Drittveranstaltungen	
Eventi di terzi	54

Weiterentwicklung und Meilensteine

Sviluppo e tappe importanti

Investitionsplan	
Piano di investimento	62
Strategieplan	
Piano strategico	64
Nachhaltigkeit	
Sostenibilità	66
Corporate Design	68
Relaunch Website	70
Startup Village	72
Teamwork	74
How to be a great host	76



Vorwort

Gastfreundschaft und Nachhaltigkeit als Eckpfeiler der Zukunft

Seit hunderten von Jahren ist Bozen als Handelsstadt ein wichtiger Umschlagsplatz für Waren zwischen Nord und Süd. Messen und Märkte haben zur wirtschaftlichen Weiterentwicklung der Stadt Bozen, aber auch zur Entwicklung des Tourismus beigetragen, denn die ersten Gasthöfe sind auch als Unterkünfte für die vielen Handelsreisenden entstanden.

Während gerade die letzten Jahrzehnte im Zeichen des wirtschaftlichen Wachstums standen, scheinen nun erste Grenzen erreicht zu sein. Die großen Herausforderungen dieses noch jungen Jahrtausends verschieben sich gerade eindrucksvoll in Richtung einer nachhaltigeren Entwicklung, das Wachstum hat auch unserer Umwelt Tribut gezollt.

Das Jahr 2019 war nicht nur durch die Schlüsselfigur Greta von einem neuen ökologischen Bewusstsein geprägt, sondern von einem generellen gesellschaftlichen Wandel.

Wie viele andere Branchen steht auch das Konzept Messe vor einem Umbruch. Als Ort des Dialogs, an dem viele Menschen physisch zusammenkommen, kann die Messe eine wichtige Rolle als Katalysator von Ideen und Konzepten für eine bessere Zukunft einnehmen. Diese Rolle nehmen wir ganz bewusst wahr, und haben im Jahr 2019 im Rahmen unserer Messen 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 unserer anderen Messen eine tragende Rolle übertragen. So zum Beispiel bei der Messe Hotel, die neben einem neuen Besucherrekord erstmals jene Innovationen der Aussteller in den Vordergrund gestellt hat, 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 hat

gezeigt, dass die große Chance des Themas Nachhaltigkeit darin liegt, es als Innovations- und damit Wachstumsthema zu interpretieren.

Mit dieser neuen Richtung nehmen wir eine ganz klare Haltung ein: Nachhaltigkeit ist für uns kein Anlass, um eine Weltuntergangsstimmung zu verbreiten, sondern eine große Chance und ein Wachstumsthema, das Impulse für die Wirtschaft setzen kann. Deshalb wird die Frage wie man durch Innovation und ein umfassendes Kreislaufdenken zu neuen Produkten und Lösungen für eine „bessere Welt“ kommen kann, in den nächsten Jahren verstärkt in den Vordergrund gerückt. Festgehalten wurde dies auch im neu überarbeiteten und vom Verwaltungsrat genehmigten dreijährigen Strategieplan, der unter anderem auch vorsieht, dass Messe Bozen innerhalb der nächsten 3 Jahre zur nachhaltigsten Messe Italiens wird.

Das Kerngeschäft und damit die einzelnen Messen, haben sich im Jahr 2019 stabil weiterentwickelt. Im Themenbereich Landwirtschaft konnte mit der dritten Auflage des Interpoma Congress China 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, die 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. Im Bereich der großen Publikumsmessen Freizeit und Herbstmesse wurde weiterhin zielgruppengerecht an der Attraktivität des Rahmenprogramms gearbeitet, sodass diese im Aussteller- und Besucherbereich stabil geblieben sind. Bei allen anderen Messen konnten die vorgegebenen Ziele erreicht werden.

Eine Infrastruktur, die sich über mehr als 30.000 m² Fläche ausdehnt, will gut instandgehalten werden: auch im Jahr 2019 wurden Investitionen getätigt, um ordentliche und außerordentliche Instandhaltungsarbeiten durchzuführen. Hervorzuheben ist dabei der Austausch von insgesamt 18 Toren der Messehallen. Dieser Eingriff verbessert einerseits die Zufahrt von LKWs in die Messehallen und damit die Logistik, und andererseits bringt er auch eine Verbesserung aus energetischer Sicht. Daneben wurde im Innenhof des Dienstleistungszentrums durch die Installation von Grünpflanzen eine ästhetische Aufbesserung erzielt.


Mit Ende des Jahres 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 mit zugehörigem Backend 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 unseren Messen teilzunehmen.

Insgesamt wurde mit den diversen Initiativen der Grundstein gelegt, damit die Marke Messe Bozen, sowie die einzelnen Messemarken neue Strahlkraft für die Herausforderungen der nächsten Jahre entwickeln können.

Last but not least, konnte auch auf wirtschaftlicher Seite ein zufriedenstellendes Ergebnis erzielt werden. Mit einer Gesamtleistung von x und einem Gewinn von y konnte das Geschäftsjahr positiv abgeschlossen werden.

Damit können wir weiterhin, zwar mit wachsamem Auge auf das sich ständig verändernde Umfeld, aber doch mit der Zuversicht in die Zukunft blicken.

Dr. Armin Hilpold
Präsident des Verwaltungsrates




Premessa

Accoglienza e sostenibilità come colonne del futuro

Bolzano, in quanto città commerciale, già da diversi secoli è un centro di scambio fra il nord e il sud. Fiere e mercati hanno contribuito allo sviluppo economico della città di Bolzano, ma anche a quello del turismo, dato che i primi alberghi sono nati proprio come alloggi per i numerosi commercianti in viaggio.

La crescita economica che ha caratterizzato gli ultimi decenni sembra aver raggiunto oggi i primi limiti. Le grandi sfide di questo millennio appena iniziato si stanno spostando in modo impressionante verso uno sviluppo più sostenibile, e la crescita ha avuto un impatto anche sul nostro ambiente.

Il 2019 non è stato segnato solo dalla figura chiave di Greta che ha segnato la nascita di una nuova coscienza ecologica, ma anche da un cambiamento sociale più ampio.

Come molti altri settori anche quello fieristico è di fronte ad un radicale cambiamento. Da luogo di dialogo, dove un gran numero di persone si incontrano fisicamente, la fiera può avere il ruolo di catalizzatore di idee e progetti per un futuro migliore.

Questo ruolo noi lo facciamo nostro in modo consapevole, e nel 2019 lo abbiamo svolto attraverso atti concreti nel nostro lavoro. Accanto a Klimahouse, che da 15 anni svolge in modo pionieristico il ruolo di piattaforma per le idee sull'efficienza energetica, l'uso intelligente delle risorse e la riduzione delle emissioni di CO₂, il tema della sostenibilità ha assunto anche in molte altre nostre fiere un ruolo importante.

Così è avvenuto ad esempio per Hotel, che oltre al nuovo record visitatori quest'anno ha messo in primo piano quelle innovazioni degli espositori che più contribuiscono ad uno sviluppo sostenibile del turismo. Il primo „Hotel Sustainability Award“ ha raccontato gli sforzi dei fornitori del settore turistico, mostrando come il tema della sostenibilità offra una grande opportunità a chi lo sappia tradurre in un fattore di innovazione e di crescita.

Con questi nuovi indirizzi assumiamo una posizione chiara: la sostenibilità per noi non è affatto un'occasione per diffondere un'atmosfera apocalittica, ma al contrario rappresenta una grande chance orientata alla crescita che può fare da traino per l'intera economia.

Per questo motivo, la domanda su come si può arrivare a sviluppare prodotti e soluzioni per un mondo migliore attraverso l'innovazione e il pensiero circolare, diventerà nei prossimi anni sempre più importante. Questo obiettivo è contenuto anche nel nuovo Piano Strategico triennale, recentemente approvato dal Consiglio di Amministrazione: il Piano prevede anche che Fiera Bolzano diventi nei prossimi 3 anni la fiera più sostenibile d'Italia.

Il core business e quindi le singole fiere si sono sviluppate nel 2019 in modo stabile. Fra le tematiche legate all'agricoltura, grazie alla terza edizione dell'Interpoma Congress China è stato consolidato il know-how riferito al mercato cinese, da dove proviene il 50% della produzione mondiale di mele. Inoltre la fiera per i produttori agricoli diretti Agridirect si è svolta per la prima volta all'interno di Agrialp, la fiera agricola dell'arco alpino.

La commercializzazione diretta dei propri prodotti può produrre nuove fonti di ricavo per le aziende agricole, ed è un fattore strategico nel rapporto fra turismo e agricoltura. Per quanto riguarda le grandi fiere di pubblico, Tempo Libero e Fiera d'Autunno, si è operato in modo da incrementarne l'interesse e l'attrattività con programmi eventi sempre più validi, stabilizzando così il numero degli espositori e dei visitatori. Per tutte le altre manifestazioni gli obiettivi sono stati raggiunti.

Un'infrastruttura che si estende su oltre 30.000m² deve poter contare su una manutenzione eccellente: anche nel 2019 sono stati fatti degli investimenti di manutenzione sia ordinaria che straordinaria. Fra gli interventi più importanti spicca

la sostituzione di 18 portoni del padiglione: l'intervento ha agevolato sia la logistica, favorendo l'ingresso di camion e furgoni, che il bilancio energetico del padiglione. Inoltre è stata migliorata l'estetica del cortile interno del Centro Servizi con il posizionamento di piante ornamentali.

Con la fine dell'anno è stato inoltre rinnovato il Corporate Design di Fiera Bolzano con un conseguente restyling dell'immagine, che ha tenuto conto dei cambiamenti nel mondo digitale, soprattutto dell'incremento esponenziale dell'uso degli smartphone.

In parallelo è stato sviluppato un sito internet completamente nuovo, con relativo backend. Anche per questo investimento, di notevole importanza strategica, sono stati presi in considerazione solo standard e soluzioni all'avanguardia che permettano a visitatori, espositori e stakeholder di Fiera Bolzano di informarsi, ispirarsi e interagire fra loro grazie alle nostre manifestazioni.

Nel complesso, attraverso le diverse iniziative citate, sono state create le condizioni grazie alle quali il marchio Fiera Bolzano, e di conseguenza i marchi delle singole fiere, possano essere attraenti e pronte alle sfide dei prossimi anni.

Last but not least è stato raggiunto un risultato soddisfacente anche dal punto di vista economico.

Con una prestazione di x e un utile di y si può dire che il bilancio del 2019 si sia chiuso positivamente.

In questo modo, naturalmente con sguardo vigile sui continui cambiamenti della realtà che ci circonda, possiamo continuare a guardare con fiducia al futuro.

Dr. Armin Hilpold
Presidente del consiglio d'amministrazione




2017

Investitionen 2017 - 2019



Brasserie 1857 By Forst
April / Aprile 2017

Forst Season By Forst
Oktober / Ottobre 2017

Perfekt für Business Lunch,
Präsentationen und Catering
Ideali per pranzi di lavoro,
presentazioni e catering



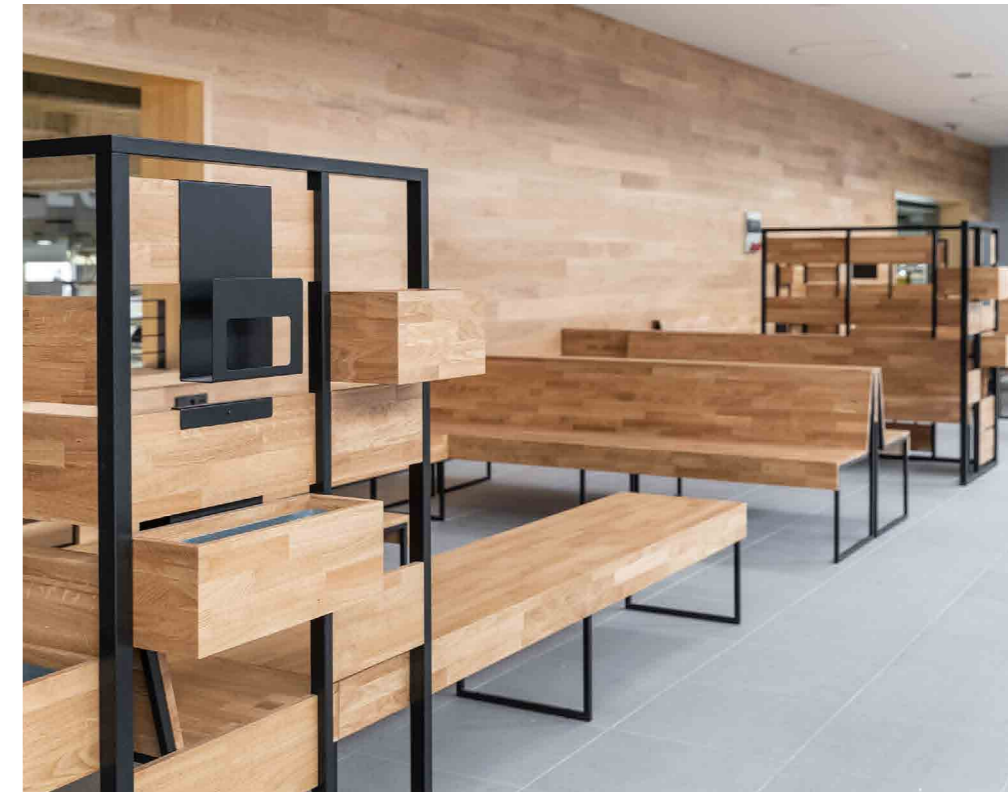
2018

Investitionen 2017 - 2019



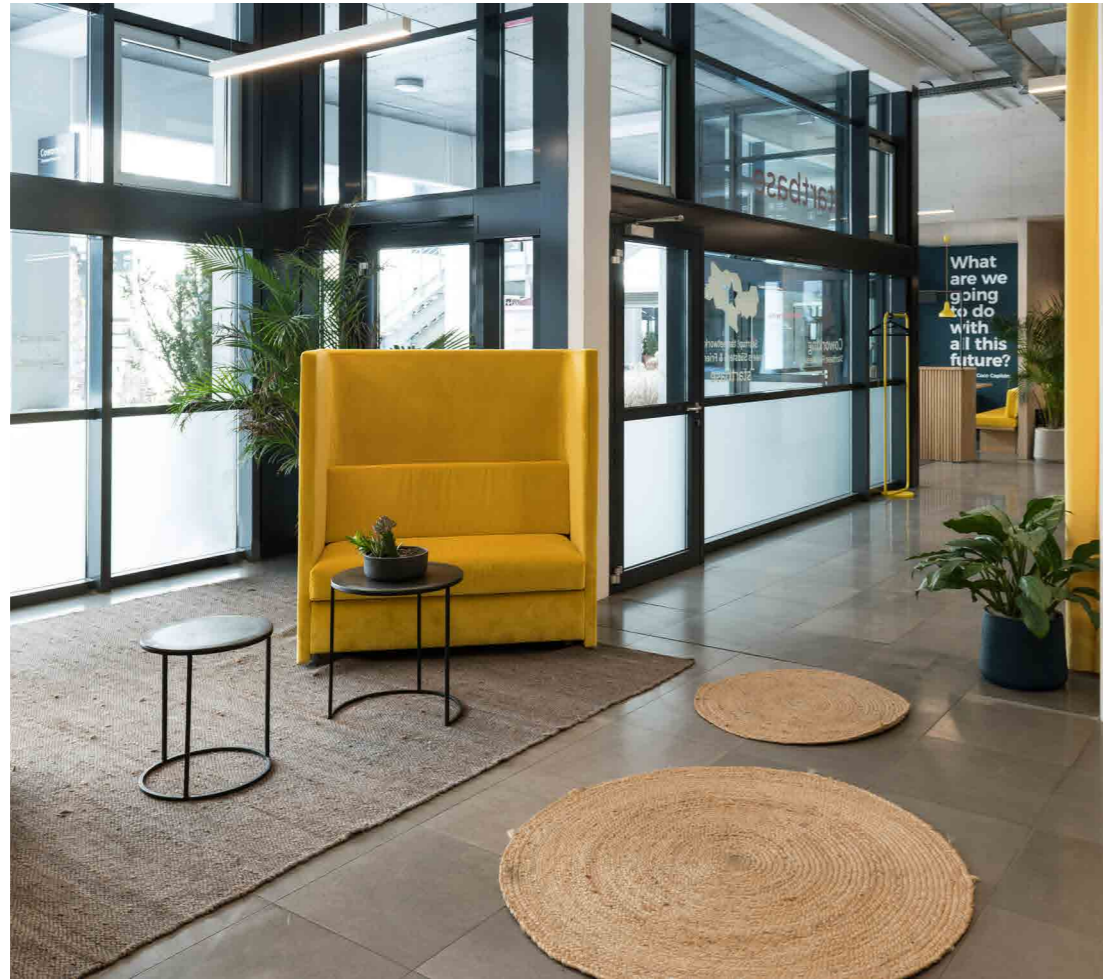
Galerie Ebene -1, 0, +1
Galleria Livello -1, 0, +1

Neue Breakout Zonen für höhere
Aufenthaltsqualität
Nuova Breakout Area per una maggiore
qualità del soggiorno



2018

Investitionen 2017 - 2019



Startbase Fieramessa

September / Settembre 2018

Coworking Space

Perfekt für Tagungen, Weiterbildungen
und Produktpräsentationen

Ideale per conferenze, formazione
e presentazioni prodotti



2018

Investitionen 2017 - 2019

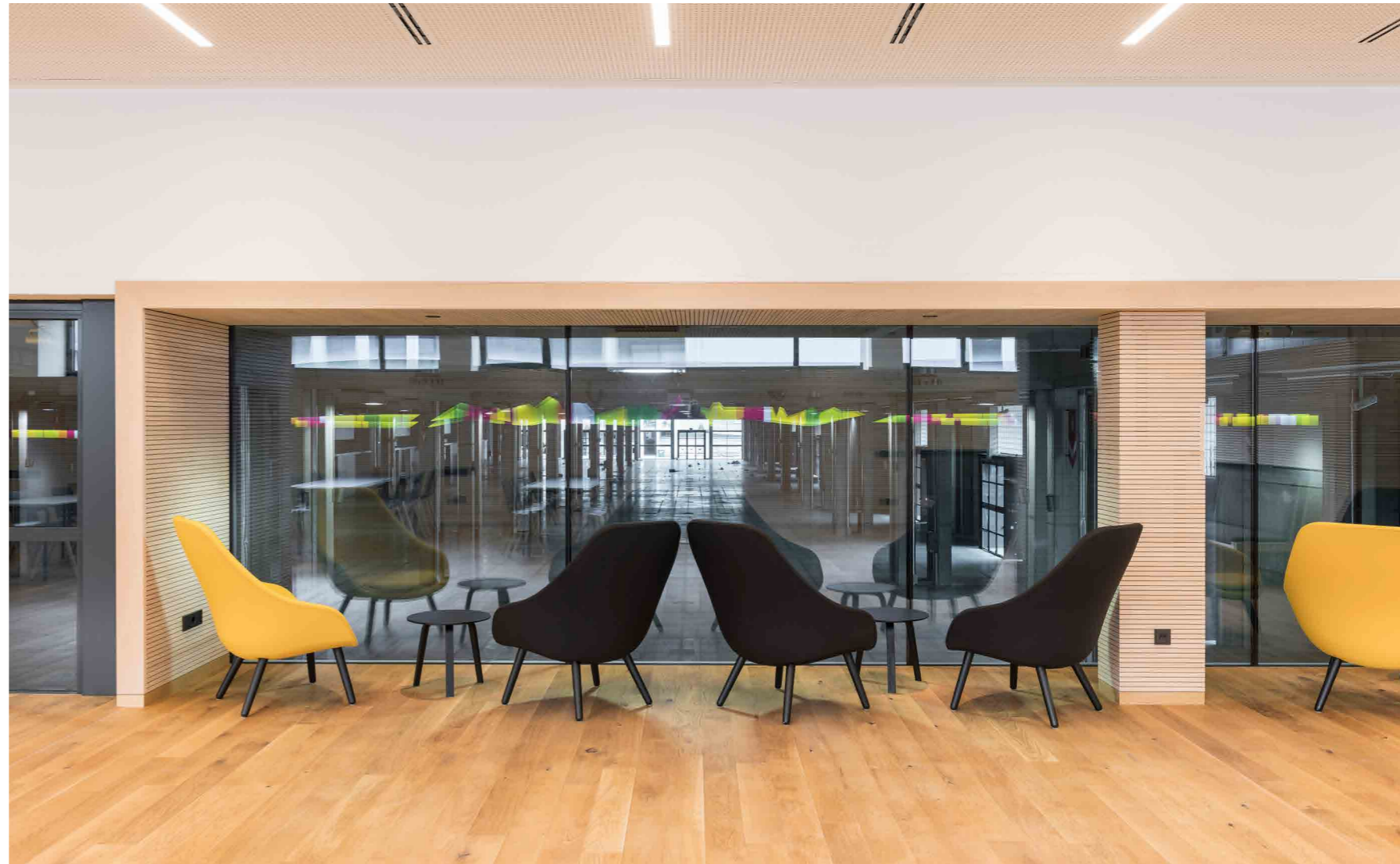


Südtirol Lounge

Oktober / Ottobre 2018

Fläche 190 m² mit 80 Sitzplätzen
Superficie 190 m² con 80 posti a sedere

Perfekt für Tagungen, Weiterbildungen
und Produktpräsentationen
*Perfetta per conferenze, formazione
e presentazioni prodotti*





Neue Türen und
Installation von Grünpflanzen
September – Oktober 2019

Nuovi portoni e
installazione piante verdi
Settembre – Ottobre 2019

Austausch von 18 Toren in der Messehal-
le. Begrünung zur ästhetischen Aufbes-
serung des Dienstleistungszentrums.
Sostituzione di 18 portoni nel padiglione
espositivo. Piante verdi per un migliona-
mento estetico del centro servizi.





**Die Ergebnisse
der Messen**

**I risultati delle
Fiere**

–

2019

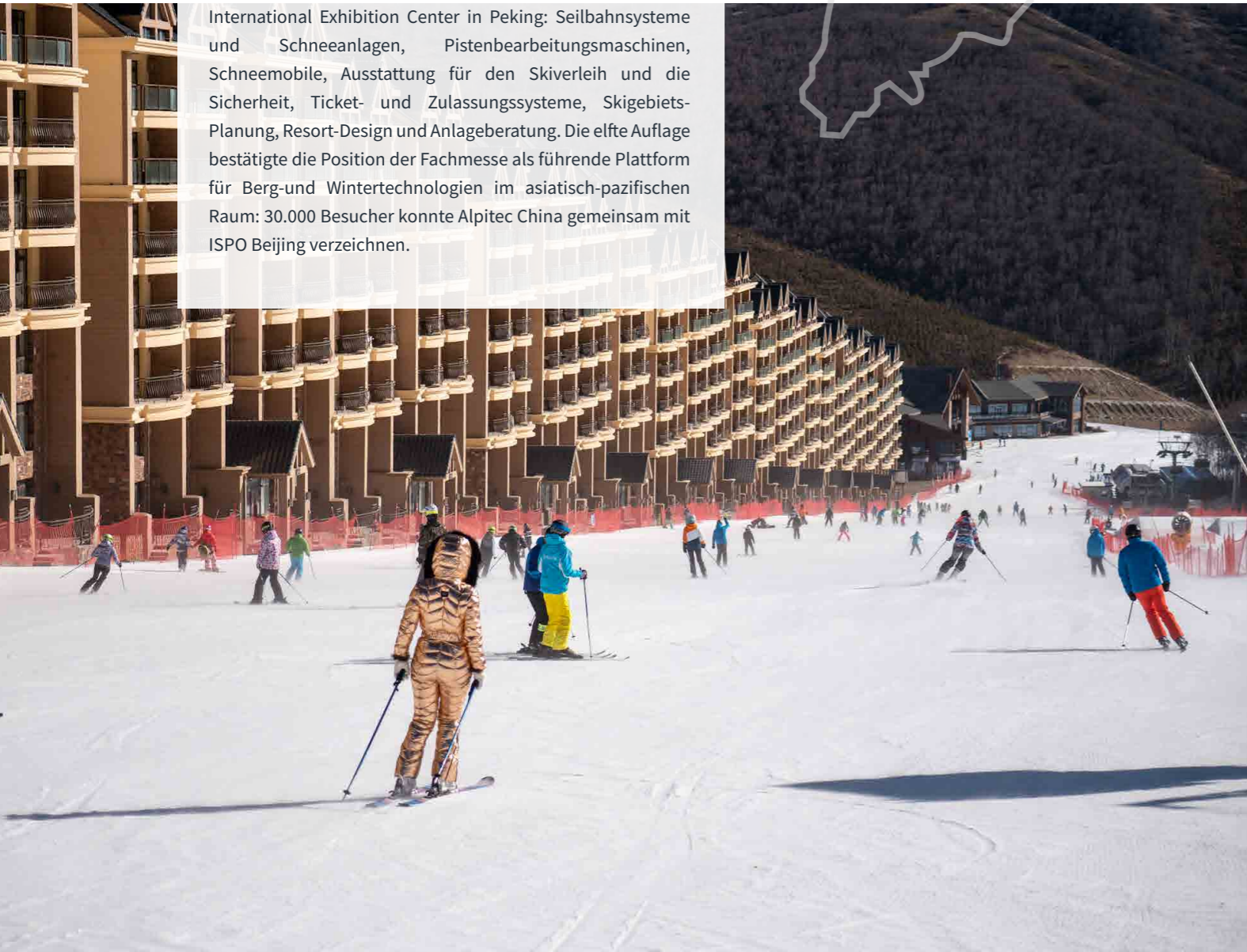
Alpitec China

Erfolgreiche elfte Auflage mit Blick auf Olympia 2022

(Peking, 16.-19. Januar 2019)

Alpitec China war gemeinsam mit ISPO Beijing wieder Treffpunkt für die Wintersport-Branche des gesamten asiatisch-pazifischen Raumes.

67 Aussteller und Brands aus 12 Ländern präsentierten vier Tage lang auf 4.500 Quadratmetern die gesamte Produktpalette der Wintertechnologien am neuen Standort, China International Exhibition Center in Peking: Seilbahnsysteme und Schneeanlagen, Pistenbearbeitungsmaschinen, Schneemobile, Ausstattung für den Skiverleih und die Sicherheit, Ticket- und Zulassungssysteme, Skigebiets-Planung, Resort-Design und Anlageberatung. Die elfte Auflage bestätigte die Position der Fachmesse als führende Plattform für Berg- und Wintertechnologien im asiatisch-pazifischen Raum: 30.000 Besucher konnte Alpitec China gemeinsam mit ISPO Beijing verzeichnen.



BOZEN - BOLZANO

7.872 km



Successo per l'undicesima edizione di Alpitec China in vista dei Giochi Olimpici Invernali 2022

(Pechino, 16 - 19 gennaio 2019)

Alpitec China, la fiera per la tecnologia alpina e invernale è stata ancora una volta punto d'incontro per l'industria degli sport invernali in tutta l'area Asia-Pacifico.

67 espositori e rappresentanti di marchi provenienti da 12 Paesi hanno presentato l'intera gamma di prodotti delle tecnologie invernali nella nuova sede China International Exhibition Center di Pechino. Su una superficie di 4.500 metri quadrati d'esposizione sono stati esposti impianti a fune e impianti di innevamento, macchine per la preparazione delle piste, motoslitte, attrezzature per il noleggio e la sicurezza degli sci, sistemi di biglietteria e certificazione, pianificazione del comprensorio sciistico, progettazione e consulenza in materia di investimenti. L'esito positivo di questa undicesima edizione con 30.000 presenze insieme a ISPO Beijing, conferma che Alpitec China è la piattaforma leader per le tecnologie invernali nella regione Asia-Pacifico.

Alpitech China

Aussteller
Espositori 50

Besucher
Visitatori 30.000

PEKING - PECHINO

Klimahouse

Klimahouse : Im Zentrum steht der Mensch

(Bozen, 23. -26. Januar 2019)

502 teilnehmende Unternehmen, 25 Start-ups und 36.000 Besucher haben Klimahouse als Referenzveranstaltung in Italien für energieeffizientes Sanieren und Bauen etabliert. Erstmals wurde Klimahouse im Rahmen der Weltleitmesse „Bau“ auch im Ausland präsentiert. Im Rahmen der Klimahouse wurden Delegationen und Ehrengäste aus mehreren Ländern in Bozen empfangen.

Auch die Hauptredner des internationalen Kongresses haben den Menschen in den Mittelpunkt gerückt, indem sie die Notwendigkeit eines echten Umdenkens jedes Einzelnen betonten, um den ökologischen Herausforderungen unserer Zeit begegnen zu können. Der zweitägige Fachkongress und die fast 150 weiteren Veranstaltungen waren sehr gut besucht. Stark nachgefragt waren auch die zahlreichen Führungen insbesondere die "Living Experience"-Besichtigungen, bei denen die Möglichkeit besteht, sich direkt mit Bewohnern und Planern von Klimahäusern zu treffen und auszutauschen.

Zum zweiten Mal fand am ersten Messetag der Klimahouse gleichzeitig die wichtigste Konferenz zur Mobilität der Zukunft Südtirols, **Klimamobility**, statt, an der über 200 Personen teilnahmen und viele weitere die Möglichkeit nutzten, verschiedenste Elektrofahrzeuge zu testen.



Klimahouse

Nettofläche

Superficie netta 13.952 m²

Aussteller

Espositori 502

Besucher

Visitatori 36.000

Klimahouse: una fiera che mette l'uomo al centro

(Bolzano, 23 -26 Gennaio 2019)

Il successo di Klimahouse 2019 lo hanno dimostrato le oltre 502 aziende e le 25 startup presenti e lo hanno sottolineato anche i keynote speakers del congresso internazionale. Con 36.000 presenze Klimahouse si attesta come manifestazione di riferimento in Italia per l'efficienza energetica e il risanamento energetico e quest'anno si è spinta anche all'estero e ha accolto delegazioni e ospiti d'onore anche da altri Paesi. È giunto il momento di mettere l'uomo al centro, per fare in modo che i cittadini possano risparmiare in bolletta, dando valore al comfort abitativo e alla salute di chi abita e vive gli edifici. Questo si è percepito alla quattordicesima edizione di Klimahouse, grazie all'esposizione di oltre 502 aziende leader in questo settore. 53 aziende si sono candidate per l'edizione 2019 del Klimahouse Trend, che ha visto come vincitore assoluto l'azienda ECOSISM per il prodotto "GENIALE CAPPOTTO SISMICO", una soluzione integrata e multifunzionale che riesce ad abbinare sicurezza sismica e isolamento termico ottimizzando i costi.

Klimahouse ha ospitato, per la seconda volta, nella prima giornata di fiera, anche **Klimamobility**, la principale conferenza in Alto Adige dedicata alla mobilità sostenibile, alla quale hanno assistito oltre 200 persone interessate al futuro della mobilità e al ruolo che essa gioca all'interno dell'assetto urbanistico.

502 aziende espositrici
36.000 visitatori
100 + appuntamenti

Klimahouse Lombardia

Mensch und Umwelt im Zentrum

(Lario Fiere, Erba, CO, 4. - 6. Oktober 2019)

Das Messezentrum Lario Fiere zählte an den drei Messetagen 3.600 Besucher sowie über 1.500 Teilnehmer am Informations- und Weiterbildungsprogramm. Im Mittelpunkt standen die Gebäude der Zukunft, die den Bewohnern eine bessere Lebensqualität garantieren sollen - beginnend bei einer nachhaltigen Materialauswahl bis hin zu innovativen Produktionsprozessen.

Mehr als 80 Aussteller, darunter ein Dutzend aus Trentino-Südtirol haben die Messe bestens genutzt, um zahlreiche Einzelgespräche zu führen und konkrete Kontakte zu knüpfen. Neben den Fachleuten kamen viele Privatpersonen, die sich für das Thema interessieren und demnächst planen zu bauen oder zu renovieren und dies unter dem Aspekt der Nachhaltigkeit tun wollen.



Uomo e ambiente al centro

(Lario Fiere, Erba, CO, 4-6 ottobre 2019)

L'edizione itinerante di Klimahouse in Lombardia ha contato 3.600 i visitatori interessati al padiglione fieristico di Lario, 1.500 quelli che hanno preso parte ai circa quaranta eventi in calendario, alla scoperta di nuovi modi di costruire, e quindi di vivere.

La qualità degli ambienti e il benessere abitativo sono stati i temi portanti della manifestazione; gli stessi che riguardano d'altronde l'edilizia del futuro che, dalla scelta dei materiali ai processi produttivi, deve garantire un migliore standard di vita.

Più di 80 le aziende espositrici, tra le quali una decina dal Trentino Alto Adige, che hanno offerto numerose consulenze e hanno incontrato un pubblico appassionato e motivato. Riconcontro quindi molto positivo, soprattutto per quanto riguarda l'affluenza dei privati. Oltre ai professionisti si sono infatti recati in fiera molti cittadini interessati al tema: persone che stanno costruendo o ristrutturando quella che sarà "la casa della vita" e lo vogliono fare in un'ottica di sostenibilità.

Klimahouse Lombardia

Nettofläche

Superficie netta 6.000 m²

Aussteller

Espositori 80

Besucher

Visitatori 3.600

Tipworld

Tipworld 2019: ein voller Erfolg!

(Bruneck, 6.–9. April 2019)

20.000 Besucher in vier Tagen konnte die Tipworld verzeichnen. Mit 326 Ausstellern war die 41. Auflage vollkommen ausgebucht und hatte erstmals sogar Firmen auf der Warteliste. Hervorzuheben ist bei Tipworld vor allem die tatkräftige Unterstützung und das Engagement der lokalen Vereine und Institutionen sowie die vorbildliche Zusammenarbeit aller Branchenverbände, ohne die eine solche Veranstaltung in diesem Umfang nicht machbar wäre. Insgesamt konnten über 500 Teilnehmer an den verschiedenen Begleitveranstaltungen gezählt werden.

Einen starken Auftritt hatte wieder der Wirtschaftsverband Handwerk und Dienstleister lvh.apa mit 26 teilnehmenden Mitgliedsbetrieben im eigenen Handwerkszelt und den „lebenden Werkstätten“ mit Schülern und Auszubildenden aus den Bereichen Elektrotechnik und Metall des Berufsbildungszentrums Bruneck als Besucherhighlight.

Tipworld 2019: un grande successo!

(Brunico, 6–9 Aprile 2019)

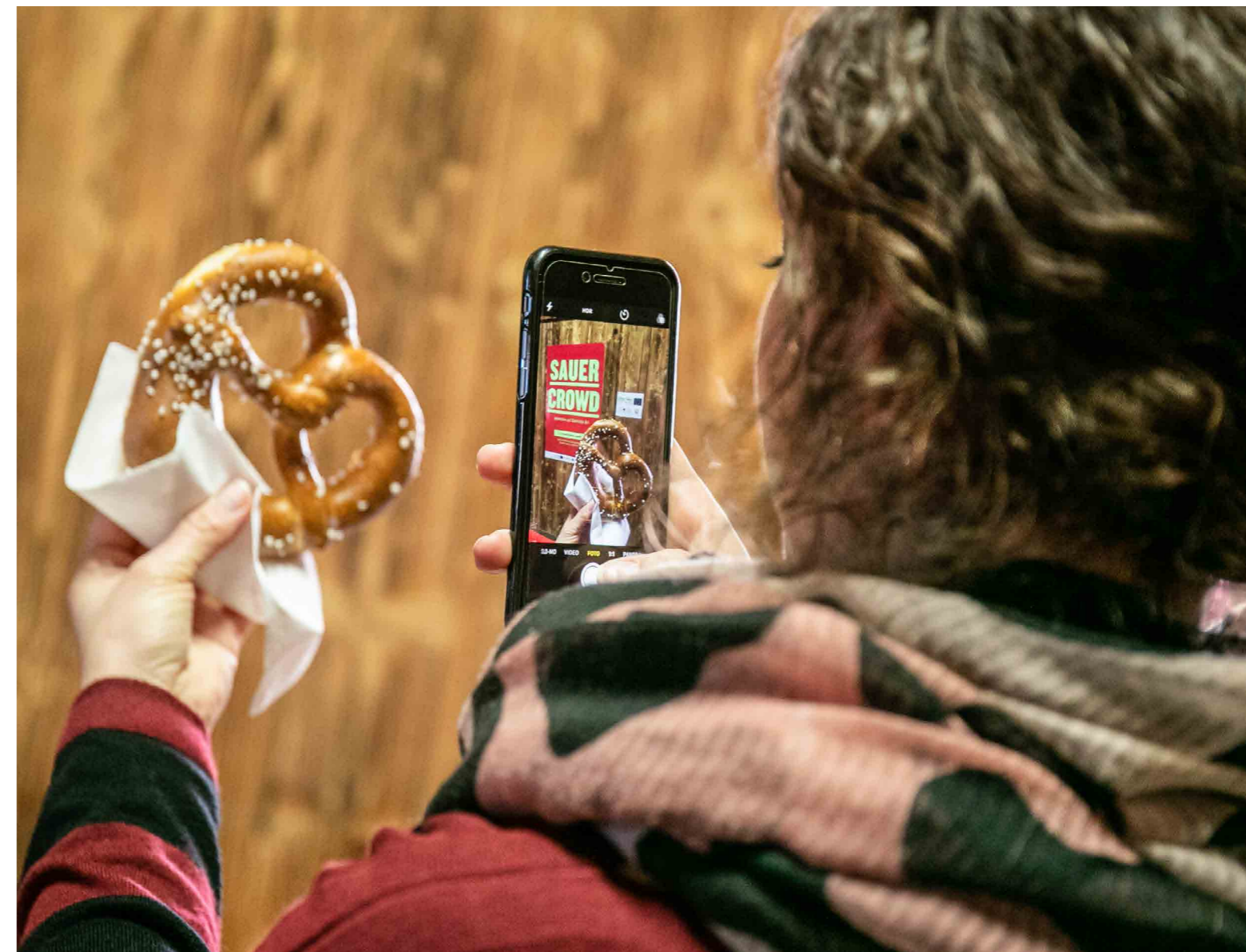
Tipworld ha registrato 20.000 visitatori in quattro giorni. Con 326 espositori, la 41° edizione ha registrato il tutto esaurito e, per la prima volta, anche una lista d'attesa. A Tipworld lodevole è l'energico sostegno e l'impegno delle associazioni e delle istituzioni locali, nonché la collaborazione esemplare di tutte le associazioni di categoria, senza le quali un evento di questa portata non sarebbe realizzabile. In totale sono stati registrati oltre 500 partecipanti ai vari eventi collaterali. Solo il sabato, 115 persone hanno lottato per conseguire il tempo migliore nelle 49 cosiddette slot (giochi di 20 minuti) nelle quattro Escape Rooms. Confartigianato imprese- lvh.apa con un padiglione di 26 aziende associate partecipanti, i "laboratori dal vivo" tenuti dagli alunni e tirocinanti dei settori elettrotecnica e metallurgica del centro di formazione professionale di Brunico, ha dato il meglio di sé.

Tipworld

Nettofläche
Superficie netta **4.612 m²**

Aussteller
Espositori **326**

Besucher
Visitatori **20.000**





2019 -Beginn des Projekts: kostenlose Nutzung der Öffis mit einem gültigen Onlineticket während der Messetage

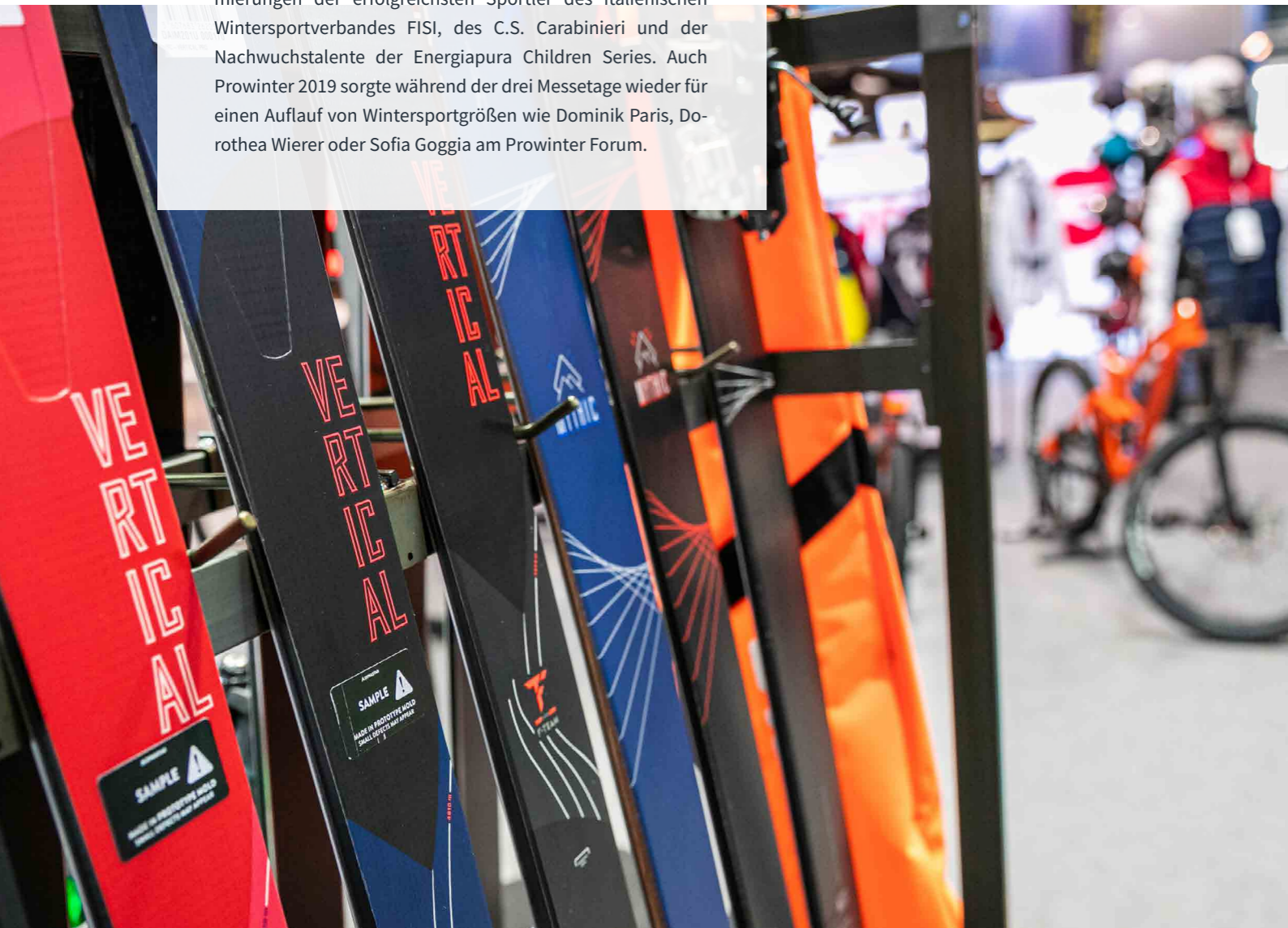
2019 - Inizio del progetto: utilizzo gratuito dei mezzi di trasporto con un biglietto d'ingresso online, durante i giorni di fiera.

Prowinter

Prowinter 2019: Treffpunkt für den Wintersport
(Bozen, 09. – 11. April)

Die 19. Auflage von Prowinter, B2B Days for Snow, Rental and Mountain Innovation, unterstrich dank des Ski Rental Summit mit ihren Charakter als Plattform für den Verleihsektor. Das ‚Startup Village‘ präsentierte acht junge Unternehmen mit frischen Ideen für den Wintersport. 225 Aussteller und 5.600 Fachbesucher sowie zahlreiche Wintersportgrößen nutzten die dreitägige Fachmesse mit ihren hochkarätigen Prämierungen als Rahmen für einen festlichen Abschluss der Winter-saison 2018/2019.

Seit vielen Jahren bietet Prowinter den Rahmen für die Prämierungen der erfolgreichsten Sportler des italienischen Wintersportverbandes FISU, des C.S. Carabinieri und der Nachwuchstalente der Energiapura Children Series. Auch Prowinter 2019 sorgte während der drei Messetage wieder für einen Auflauf von Wintersportgrößen wie Dominik Paris, Dorothea Wierer oder Sofia Goggia am Prowinter Forum.



Prowinter 2019: Punto d'incontro per il mondo degli sport invernali

(Bolzano, 09 – 11 aprile)

La 19° edizione di Prowinter - B2B Days for Snow, Rental and Mountain Innovation grazie al Ski Rental Summit ha sottolineato il suo carattere di piattaforma per il settore del noleggio. Allo 'Startup Village' otto giovani aziende hanno presentato le loro idee e prodotti per gli sport invernali. 225 espositori, 5.600 visitatori e numerose star degli sport invernali hanno approfittato della tre giorni di fiera, con i suoi premi di prim'ordine, per festeggiare una stagione invernale di successo.

Da molti anni Prowinter fornisce la cornice per la premiazione degli atleti di maggior successo della Federazione Italiana Sport Invernali FISU, del C.S. Carabinieri e dei giovani talenti dell'Energiapura Children Series. Durante i tre giorni di fiera, Prowinter 2019 ha attirato ancora una volta tante star degli sport invernali come Dominik Paris, Dorothea Wierer e Sofia Goggia al Prowinter Forum.

Prowinter

Nettofläche

Superficie netta 8.000 m²

Aussteller

Espositori 225

Besucher

Visitatori 5.600

Interpoma China Congress

Interpoma China Congress: Drei informationsreiche Tage im Zeichen des Apfels

(Shanghai New International Expo Center- China, 15.-17. April 2019)

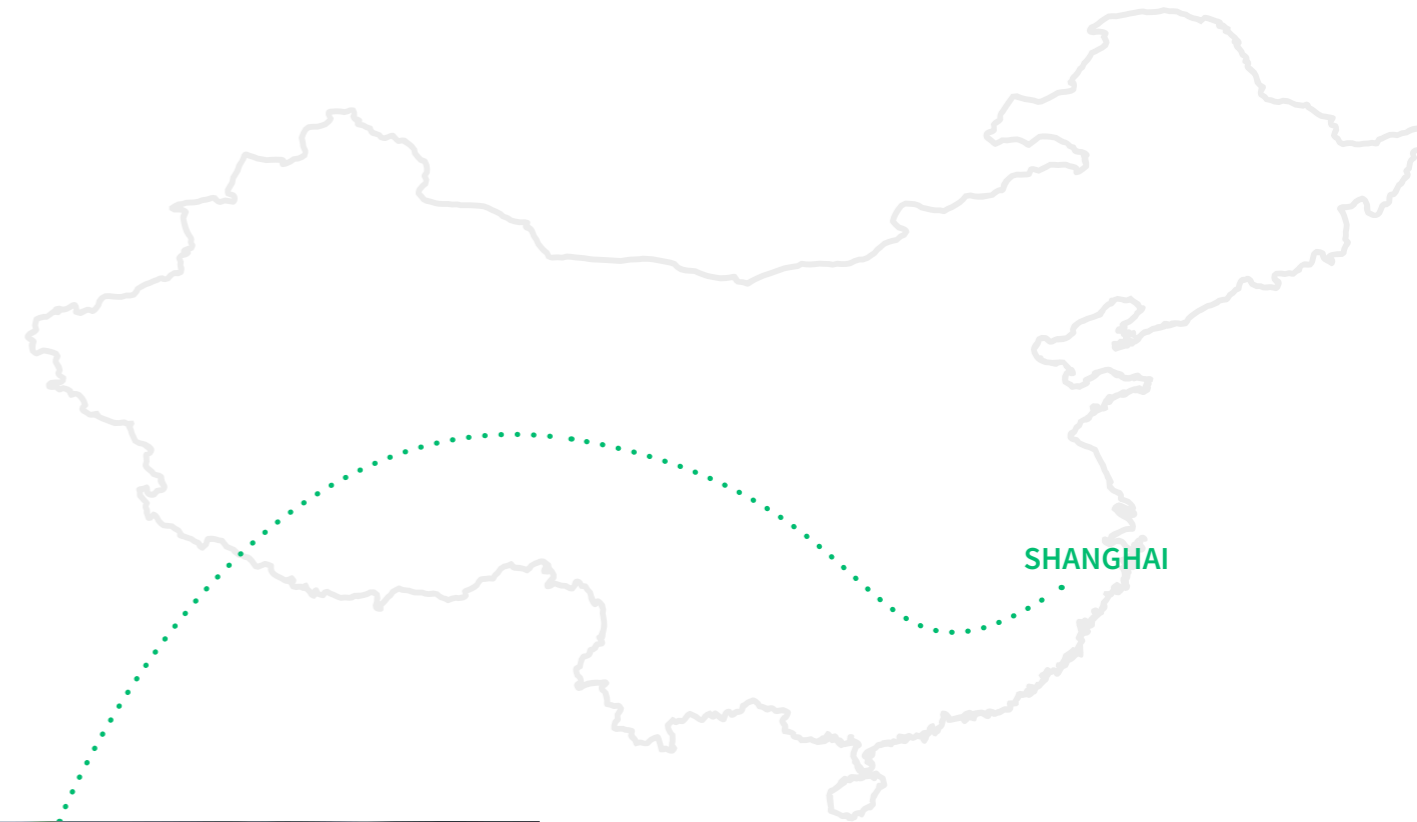
Vom 15. bis 17. April fand in Shanghai die dritte Auflage des internationalen Kongresses „China and the Apple in the World“ statt. Das Erfolgsformat von Messe Bozen bietet nun auch in China einen umfassenden Überblick über die Apfelbranche, von der Bewirtschaftung der Obstanlagen vor und nach der Ernte über die Vermarktung der Äpfel und bis hin zu Verbrauchertrends.

Für die Abwicklung dieses Kongresses zeichnete Kurt Werth, ein ausgewiesener Experte der Apfelwirtschaft, verantwortlich. Mehr als 250 Interessierte besuchten dabei die zwölf Vorträge von Referenten aus China, Neuseeland, der Schweiz und Italien.

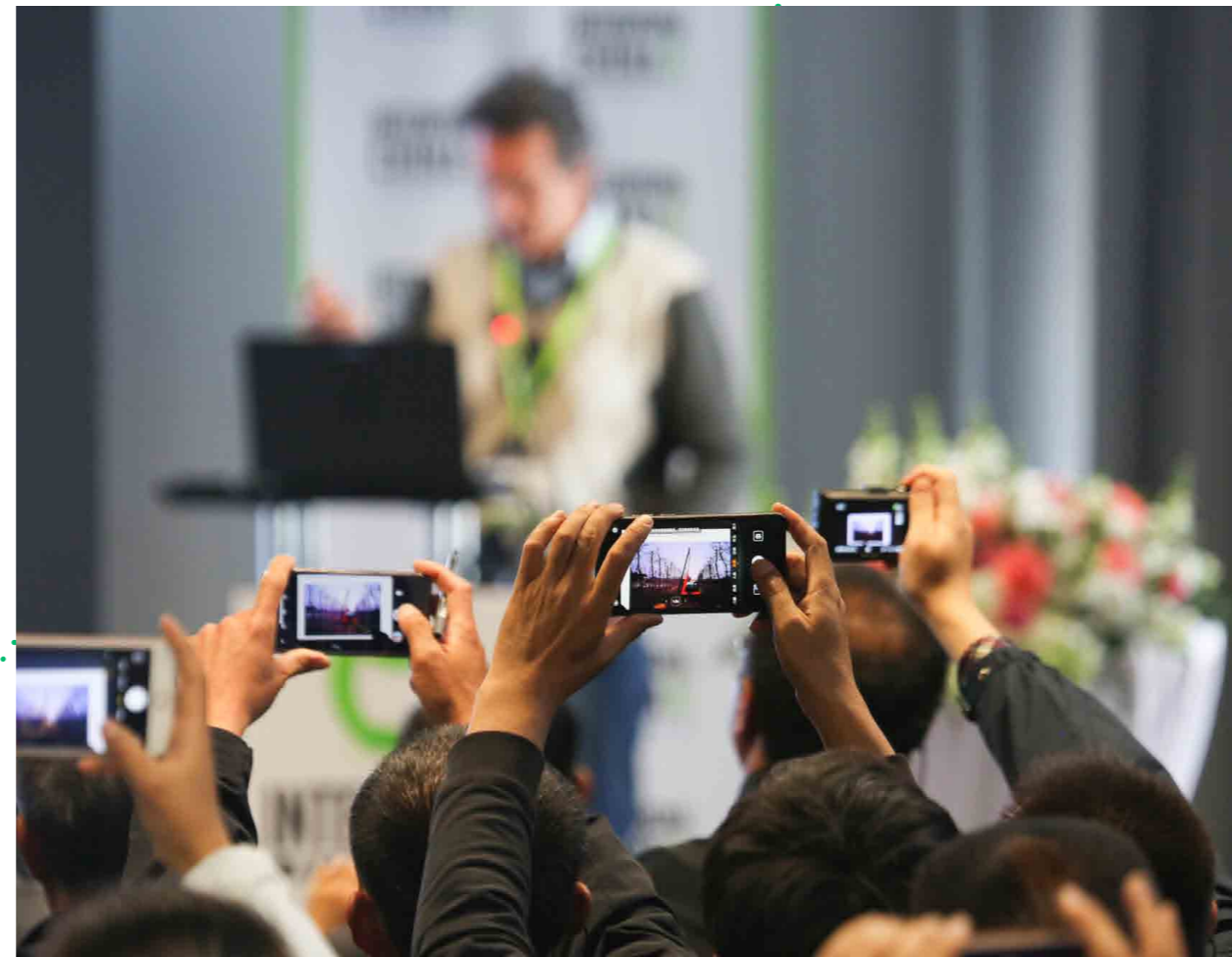
China ist mit 41,39 Millionen Tonnen produzierten Äpfeln im Jahr 2017 und einer Anbaufläche von insgesamt 2,22 Millionen Hektar der größte Apfelproduzent der Welt. Aber nicht nur das: Laut dem National Bureau of Statistics stieg der Apfelkonsum in China zwischen 2006 und 2017 von 25,12 Millionen Tonnen auf 43,5 Millionen Tonnen, das entspricht einem Anstieg von 70 % in nur 11 Jahren.

BOZEN - BOLZANO

✈️ 8.890 km



SHANGHAI



Interpoma China Congress: tre giorni di ricchi contenuti

(Shanghai New International Expo Center- China, 15-17 aprile 2019)

Si è svolta Shanghai la terza edizione del congresso internazionale “China and the Apple in the World”, un format di successo esportato da Fiera Bolzano in Cina per tracciare una panoramica completa del settore melicolo, dal pre-raccolta al post-raccolta, per arrivare alla commercializzazione e ai trend di consumo.

Con aziende espositrici cinesi, italiane e belghe, Interpoma diventa punto di riferimento per il settore della mela. Grazie al coordinatore del congresso ed esperto di melicoltura Kurt Werth, l'edizione ha ospitato dodici interventi di relatori provenienti da Cina, Nuova Zelanda, Svizzera e Italia, davanti a una platea di oltre 250 delegati.

La Cina è il primo produttore di mele al mondo, con 41,39 milioni di tonnellate di mele nel 2017 su una superficie di 2,22 milioni di ettari, ma non solo. “Secondo il National Bureau of Statistics, tra il 2006 e il 2017, il consumo apparente di mele in Cina è passato da 25,12 milioni di tonnellate a 43,5 milioni, con un aumento del 70% in 11 anni. 25,12 milioni di tonnellate a 43,5 milioni, con un aumento del 70% in 11 anni.

Freizeit Tempo Libero

Freizeit

Tempo Libero

Nettofläche

Superficie netta 13.077 m²

Aussteller

Espositori 270

Besucher

Visitatori 44.000

Freizeit: Vier Tage Freizeit vom Feinsten

(Bozen, 25. - 28. April 2019)

Die Freizeit hat auch nach über 40 Jahren nichts an Attraktivität verloren; das bestätigen die 44.000 Besucher. Die 43. Auflage begeisterte mit einem nie dagewesenen Sportprogramm, kulinarischen Highlights, tollen Messeangeboten und einer unvergleichlichen Atmosphäre.

Stark erweitert wurde das kulinarische Angebot der Messe. Neben dem traditionellen Bereich Saporita mit regionalen Gaumenfreuden aus ganz Italien und den vielbesuchten Kochshows trägt vor allem das Street Food Festival im Außenbereich der Messe zu diesem Ausbau bei. Hier boten bereits zum zweiten Mal zehn Food Trucks das Beste aus Italiens Straßenküchen feil, während sich auf der Eventbühne Livebands und Tanzvorführungen abwechselten.

Als Bereicherung erwiesen sich die beiden Street Food Nights, die am Freitag und Samstag das Freigelände auch nach Messeschluss trotz Wetterkapriolen in ein sommerliches Festival verwandelten - mit Sinnesfreuden für Gaumen, Augen und Ohren.



Tempo Libero: quattro entusiasmanti giorni di Tempo Libero

(Bolzano, 25 -28 Aprile 2019)

Anche dopo più di 40 anni, la fiera Tempo Libero non ha perso la sua attrattiva. Questo lo dimostrano i 44.000 visitatori. La 43a edizione è stata davvero emozionante con un programma sportivo senza precedenti, high light culinari, grandi offerte fieristiche e un'atmosfera incomparabile.

L'offerta culinaria della fiera è stata notevolmente ampliata. Oltre alla nota Saporita, con specialità culinarie provenienti da tutta Italia e gli show di cucina molto frequentati, lo Street Food Festival nell'area scoperta della fiera ha dato un importante contributo a questa espansione. Qui, per la seconda volta, dieci food truck hanno offerto il meglio delle cucine di strada italiane, mentre sul palco dell'evento si sono alternati live band e spettacoli di danza.

Le due Street Food Nights, che si sono svolte il venerdì e il sabato, hanno trasformato l'area all'aperto in un festival estivo nonostante il tempo capriccioso. Queste due serate hanno notevolmente arricchito - con succulente delizie per il palato, gli occhi e le orecchie.



Kreativ

Kreativ 2019: Kreativität ist ansteckend!

(Bozen, 13. - 15. September 2019)

Kreativ ist seit neun Jahren ein Pflichttermin für alle Do-it-yourselfer und solche, die es noch werden wollen. 12.000 Bastelfans kamen an den drei Tagen zur neunten Auflage der Fachausstellung für kreatives Gestalten, Basteln und Dekorieren nach Bozen.

Entscheidend für einen Besuch in den Messehallen an diesem Wochenende waren sicherlich das vielfältigste Materialangebot der gesamten Region und das nochmals erweiterte Kursangebot mit insgesamt 40 Workshops in sieben Werkstätten.

Neben den Tausenden HobbynäherInnen und -bastlerInnen, die sich Inspiration für die langen Wintermonate holen, besuchen auch viele die Messe aus Arbeitsgründen. Allen voran Lehrkräfte aus ganz Norditalien, die sich für das kommende Schuljahr Material, spannende Ideen und neue Fertigkeiten holen; schließlich lassen sich Schulkinder mit innovativen, zeitgemäßen Projekten leichter für den Unterricht begeistern.

Kreativ 2019: la creatività è contagiosa

(Bolzano, 13-15 settembre 2019)

Da nove anni Kreativ è un must per gli appassionati della fantasia, del lavoro manuale e della decorazione. 12.000 amanti del fai da té hanno partecipato al salone della manualità creativa. Dietro a questa importante cifra c'è senz'altro l'interesse per la più vasta gamma di materiali rintracciabile in Regione e l'ulteriore ampliamento dell'offerta dei corsi che ha raggiunto quest'anno un totale di 40 Workshop, distribuiti in 7 diversi Craft Room.

Oltre alle appassionate, venute in fiera alla ricerca di nuovi spunti per progetti creativi da realizzare durante le lunghe giornate invernali in arrivo, c'è chi è venuto da tutto il Nord Italia per lavoro. Insegnanti desiderose di trovare idee stimolanti per i loro studenti e designer di gioielli che, proprio grazie ad una delle prime edizioni di Kreativ, hanno deciso di trasformare la loro abilità manuale in un business vero e proprio.

Kreativ

Nettofläche

Superficie netta 3.052 m²

Aussteller

Espositori 124

Besucher

Visitatori 12.000

**40 Workshop
+ 12000 Appassionati
7 Craft Room**



Hotel + Autochtona

Hotel: im Zeichen der Nachhaltigkeit

(Bozen, 14. – 17. Oktober 2019)

Die Geschichte der Fachmesse Hotel ist um ein weiteres Kapitel reicher und mit über 22.000 Besuchern ein äußerst erfolgreiches. Die 43. Auflage der Fachmesse für Hotellerie und Gastronomie stand ganz unter dem Zeichen der Nachhaltigkeit.

Die zukunftsweisendsten Unternehmen und ihre Produkte wurden in einem aufwändigen Verfahren gemeinsam mit Eurac Research untersucht und bewertet und schließlich wurden die besten sechs mit einem eigens ins Leben gerufenen Nachhaltigkeitspreis gewürdigt.

Neben der beeindruckenden Fachausstellung ist das umfangreiche Eventprogramm das zweite Aushängeschild der Hotel mit insgesamt rund 4.000 Teilnehmern. Erste Highlights waren hier das in Zusammenarbeit mit IDM Südtirol, HGV und HGJ organisierte und sehr inspirierende Communication Forum zur Nachhaltigkeit beim Reisen sowie die glamouröse Hotel Night im wieder eröffneten Restaurant Forst Season am ersten Messetag.

→ **Hotel riconferma il suo ruolo di piattaforma aperta e vivace per l'innovazione e il futuro del turismo**

Hotel + Autochtona

Nettofläche

Superficie netta 12.630 m²

Aussteller

Espositori 494

Besucher

Visitatori 22.000



Hotel: ospitalità fa rima con sostenibilità

(Bolzano, 14 - 17 ottobre 2019)

La 43ª edizione di Hotel ha riconfermato il suo ruolo di piattaforma aperta e vivace per l'innovazione e il futuro del turismo, anche e soprattutto grazie all'attenzione data al tema della sostenibilità. 22.000 i visitatori che nei quattro giorni di fiera hanno visitato i padiglioni del quartiere fieristico di Bolzano, alla ricerca di nuove ispirazioni.

Le aziende più lungimiranti e i loro prodotti sono stati esaminati e valutati in una procedura complessa insieme a Eurac Research e infine i migliori sei sono stati premiati con un premio di sostenibilità ideato appositamente.

L'altissima qualità della presentazione dei prodotti da parte dei 600 espositori ha impressionato i visitatori professionali provenienti da tutta la regione e non solo. I tanti visi soddisfatti a 360 gradi permettono senz'altro di concludere, senza esitazioni, che la 43ª edizione di Hotel può essere annoverata tra le migliori di sempre. Un grande complimento ai numerosi partner, in particolare all'HGV, all'HDS, all'Associazione Cuochi Alto Adige e all'Unione Agricoltori che, insieme a Fiera Bolzano, continueranno a lavorare sodo per consolidare ed espandere il primato qualitativo della fiera Hotel in tutta la regione alpina.

Agrialp

Agrialp 2019: wieder ein voller Erfolg

(Bozen, 7. bis 10. November 2019)

Mit rund 39.000 Besuchern entsprach die 26. alpenländische Landwirtschaftsschau dem anhaltend starken Trend der vergangenen vier Auflagen. Um den zukünftigen Herausforderungen der Landwirtschaft gerecht zu werden, hat sich Messe Bozen gemeinsam mit ihren Partnern entschieden, der Direktvermarktung von landwirtschaftlichen Produkten einen größeren Raum im Rahmen der Agrialp zu geben. Mit dem eigenen Sektor „Agridirect“, bei dem sich rund 50 Aussteller auf einem Viertelhektar den vielen Interessierten präsentierten, sollte auch ein kleiner Beitrag für eine zukunftsfähige Landwirtschaft gegeben werden.

Die Highlights der diesjährigen Auflage waren wieder sehr abwechslungsreich: Angefangen beim Programm auf der Aktionsbühne des Südtiroler Bauernbundes, das mit Diskussionen, Präsentationen und Events unterhielt, bis hin zur vielgeliebten Tierschau, bei der sich die Vielfalt der Südtiroler Tierzucht in einzigartiger und geballter Form vorstellte.



Agrialp

Nettofläche

Superficie netta 12.819 m²

Aussteller

Espositori 450

Besucher

Visitatori 39.000

→ **Attraverso Agridirect, un piccolo contributo per un'agricoltura più sostenibile.**

Agrialp 2019: tutti pazzi per l'agricoltura

(Bolzano, 07-10 novembre 2019)

Più di 39.000 persone hanno varcato le soglie dei padiglioni della fiera, superando abbondantemente i numeri del 2017.

Le sfide del futuro di questo settore economico sono però numerose ed è anche per questo motivo che Fiera Bolzano ha deciso, insieme ai suoi partner, di dare più spazio alla commercializzazione diretta dei prodotti agricoli. Attraverso Agridirect ha quindi voluto dare un piccolo contributo per un'agricoltura più sostenibile.

Fulcro imprescindibile della manifestazione è stato il programma dell'Unione Agricoltori e Coltivatori Diretti Sudtirolesi (Südtiroler Bauernbund), molto ricco e stimolante. Il pubblico ha dimostrato particolare interesse soprattutto per il convegno sulla commercializzazione diretta dei prodotti agricoli.

Come da tradizione Agrialp è stata inoltre accompagnata, nella fine settimana, dalla mostra zootecnica, amata soprattutto dai visitatori più piccoli: circa 200 animali appartenenti alle diverse specie e razze che abitano il territorio altoatesino

Herbstmesse

Arredo

Herbstmesse + Biolife
Fiera d'autunno + Biolife

Nettofläche
Superficie netta **12.819 m²**

Aussteller
Espositori **450**

Besucher
Visitatori **40.000**

Herbstmesse 2019 zusammen mit Biolife:
ein viertägiges Messesfest
(Bozen, 21. – 24. November 2019)

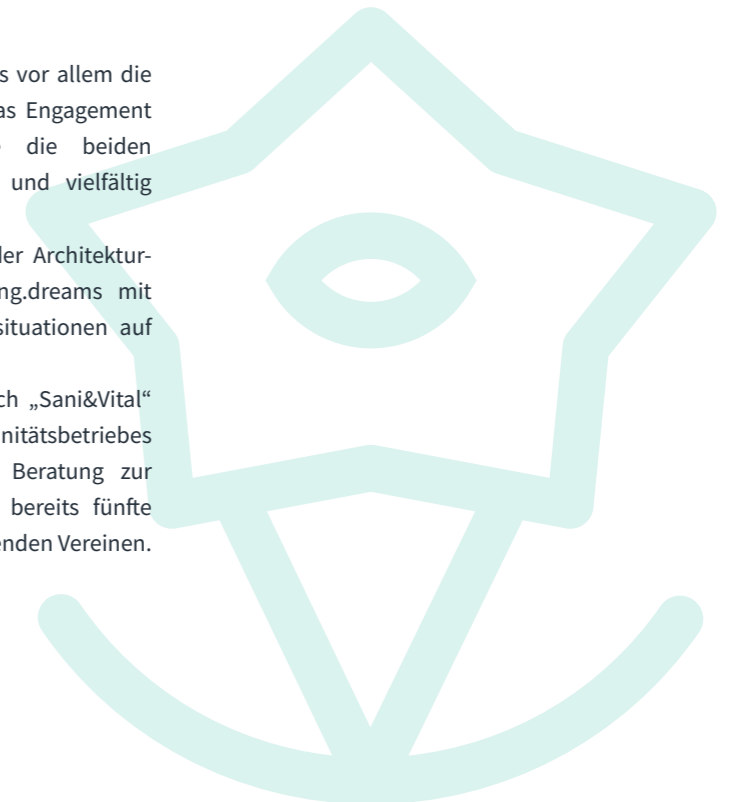
Wie man es schafft, sich ständig selbst neu zu erfinden und dennoch unverkennbar zu bleiben, das zeigt die inzwischen 72jährige ehemalige Mustermesse, die „Mutter aller Messen“ - wie sie gerne genannt wird. Über 450 Aussteller, knapp 40.000 Besucher und unzählige kleinere und größere Höhepunkte in vier Tagen – das ist die Bilanz der Herbstmesse und Biolife 2019. Neben den Neuigkeiten wie der Präsentation von Wohn(t)räumen auf kleinstem Raum im Sektor Arredo und



nachhaltiger, fairer Mode bei Biolife waren es vor allem die hochwertigen Auftritte der Aussteller und das Engagement der vielen institutionellen Partner, die die beiden Publikumsmagneten wieder so anziehend und vielfältig machten.

Ein Highlight in ästhetischer Hinsicht war der Architektur-Bereich: Im Zentrum der Stand small.living.dreams mit pfiffigen und praktikablen Ideen für Wohnsituationen auf kleinstem Raum.

Echte Publikumsmagneten waren der Bereich „Sani&Vital“ mit der Gesundheitsinsel des Südtiroler Sanitätsbetriebes mit wertvollen Tipps und professioneller Beratung zur Gesundheitsvorsorge sowie die inzwischen bereits fünfte Südtiroler Freiwilligenmesse mit 49 teilnehmenden Vereinen.





Fiera d'autunno Arredo

**Fiera D'autunno 2019 insieme a Biolife:
quattro giorni dedicati al vivere bene**
(Bolzano, 21-24 novembre 2019)

L'ex fiera campionaria, ormai settantaduenne, dimostra come l'età sia solo una questione anagrafica e come, edizione dopo edizione, sia possibile rimanere al passo con i tempi e addirittura stupire sempre con qualche novità. Più di 500 espositori, quasi 40.000 visitatori e innumerevoli appuntamenti distribuiti sui quattro giorni di manifestazione: un bilancio assolutamente positivo per Fiera d'Autunno e Biolife 2019. Tante le novità, in primis il focus sulle tiny-Houses all'interno del settore Arredo e quello sulla moda sostenibile a Biolife. La ricetta del successo è però legata, anche e soprattutto, all'impegno e all'entusiasmo di espositori e partner istituzionali che hanno contribuito a rendere il duo fieristico stimolante e attraente. È questo il caso di small.living.dreams, la mostra principale del settore Arredo che ha presentato nuovi modelli abitativi sostenibili e intelligenti, all'insegna della riduzione degli spazi, senza però rinunciare al comfort.

Riconfermano il loro successo il settore Sani&Vital dedicato al benessere e alla cura della persona, con l'Isola della Salute dell'Azienda Sanitaria e le sue consulenze per mantenersi sani e in salute, nonché la Fiera del Volontariato dell'Alto Adige che con ben 49 associazioni diverse, ha contribuito a vivacizzare e valorizzare il programma della Fiera. Highlight assoluto di questa edizione è stata la sezione "Get the Green Look", dedicata alla moda e alla cosmesi sostenibile.

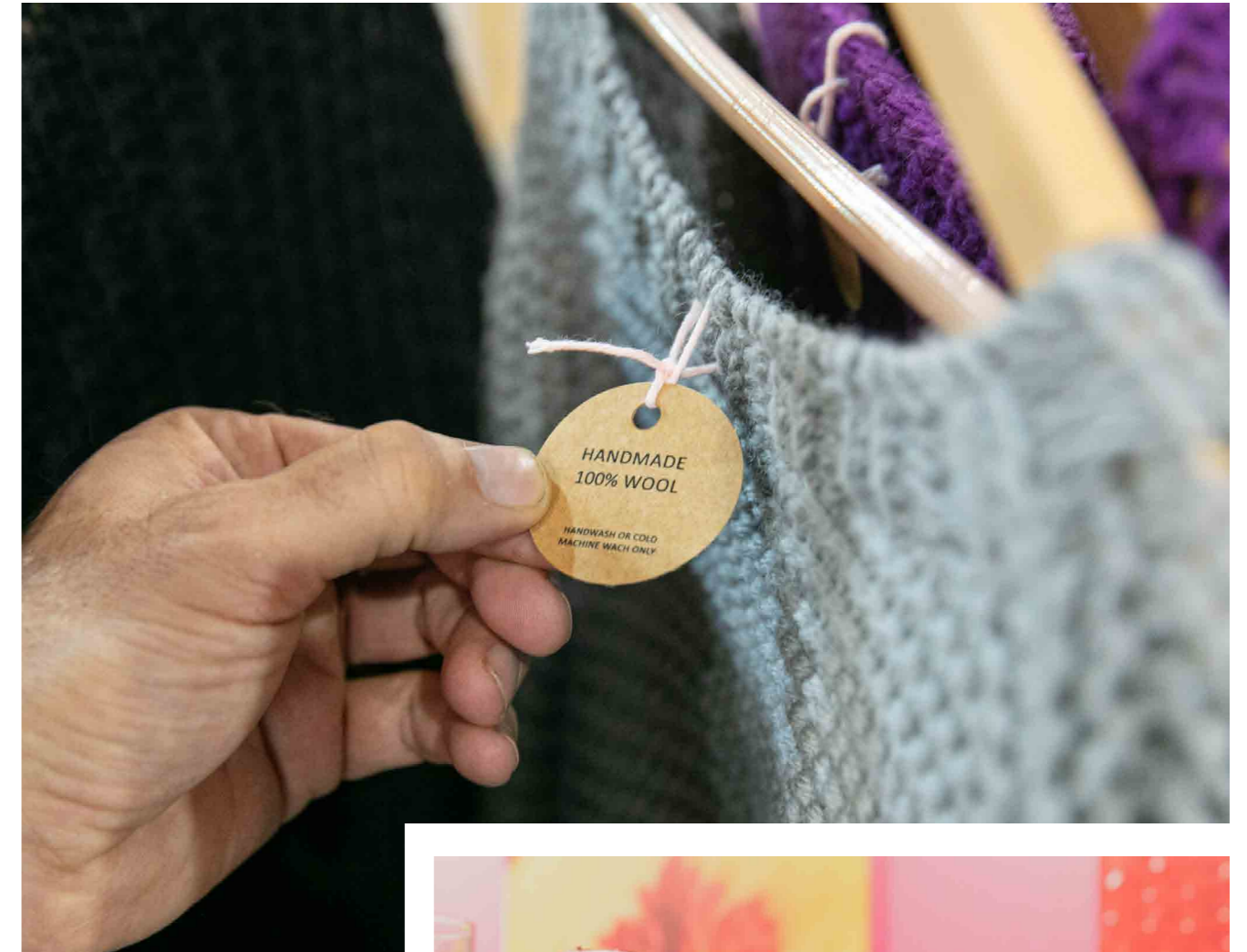


Biolife

Biolife

Die Messe für biologische Qualitätsprodukte konnte heuer besonders mit dem neuen Schwerpunkt „Get the Green Look“ zu nachhaltig und fair produzierter Mode und Kosmetik punkten. Gut besucht war auch das Bio Wine Festival mit 19 Bio-Kellereien aus Südtirol und 5 aus dem Trentino am ersten Messttag und der Fachkongress „Organic 2030“ zur Zukunft der Bio-Milchwirtschaft.

Interessanti e coinvolgenti anche i due appuntamenti pensati per un pubblico più specializzato, ovvero il Bio Wine Festival con ben 19 cantine altoatesine e 5 trentine e il congresso “Organic 2030”, dedicato alla riflessione sul futuro dell’economia lattiera biologica.





Willkommen im Sesselwelt

Willkommen im Sesselwelt

Drittveranstaltungen Eventi di terzi - Alto Adige

Im Jahr 2019 gab es, zusätzlich zu den traditionell veranstalteten Drittveranstaltungen – TedX, Darts Meisterschaften, Volksbank Vollversammlung, Giro delle Dolomiti und der Bozner Hochzeitsmesse – einige interessante Neuheiten. Die Schallplatten-Messe, die sich an Sammler und Enthusiasten richtete, das Vintage Kilo Sale, ein innovativer Markt für Vintage-Kleidung für Jugendliche sowie die Firmenfeier der Firma Gerit. In den Hallen haben auch ein Tanzabend für Studenten und eine religiöse Veranstaltung stattgefunden. Das Quartier will den Veränderungen der Märkte und der Gesellschaft Rechnung tragen und immer mehr zum idealen Treffpunkt für Veranstaltungen aller Art werden.

Nel 2019, oltre agli eventi di terzi tradizionalmente ospitati – TedX, Campionati di freccette, Assemblea Volksbank, Giro delle Dolomiti, Bolzano Sposi – ci sono state delle interessanti novità.

La Fiera del Disco, rivolta a collezionisti e appassionati, il Vintage Kilo Sale, un innovativo mercatino di vestiario vintage per giovanissimi, il festeggiamento aziendale della ditta Gerit. Sono stati inoltre ospitati un ballo studentesco e un evento religioso.

Il Quartiere punta a stare al passo con la società e accogliere i cambiamenti, diventando sempre più un punto d'incontro per eventi di ogni genere.



HOTEL Bar
Restaurant

Verfügbare Hallenfläche Messegelände
Spazio espositivo interno disponibile
20.800 m²

Verfügbares Freigelände
Messegelände
Area espositiva esterna disponibile
4.000 m²

Verfügbare Ausstellungsfläche MEC
MEC- spazio espositivo disponibile
1.500 m²

26.3000 m²

Verfügbares Messegelände
Spazio espositivo disponibile



**Weiterentwicklung
und Meilensteine**

**Sviluppo e tappe
importanti**

–

2019

Investitionsplan Piano d'investimento

Eine Infrastruktur, die sich über mehr als 30.000 m² Fläche ausdehnt, will gut instandgehalten werden: auch im Jahr 2019 wurden Investitionen getätigt, um ordentliche und außerordentliche Instandhaltungsarbeiten durchzuführen. Hervorzuheben ist dabei der Austausch von insgesamt 18 Toren der Messehallen. Dieser Eingriff verbessert einerseits die Zufahrt von LKWs in die Messehallen und damit die Logistik, und andererseits bringt er auch eine Verbesserung aus energetischer Sicht. Daneben wurde im Innenhof des Dienstleistungszentrums durch die Installation von Grünpflanzen eine ästhetische Aufbesserung erzielt.

Un'infrastruttura di oltre 30.000 m² deve essere ben mantenuta: anche nel 2019 sono stati effettuati investimenti per lavori di manutenzione ordinaria e straordinaria. Una menzione speciale merita la sostituzione di un totale di 18 portoni nel padiglione espositivo. Da un lato, questo intervento migliora l'accesso dei camion ai padiglioni e quindi la logistica, e dall'altro porta anche a una miglior efficienza energetica. Inoltre, un miglioramento estetico è stato ottenuto nel cortile interno del centro servizi grazie all'installazione di piante verdi.

Strategieplan Piano strategico

Ein attraktiver Arbeitgeber, der die Mitarbeiter ins Zentrum stellt, absolute Kundennähe, ein perfekter Gastgeber, verstärkter Fokus auf eng definierte Stärkefelder der Südtiroler Wirtschaft, das „digital first“ Prinzip und der erklärte Wille zur nachhaltigsten Messe Italien zu werden: das sind kurz zusammengefasst die Eckpfeiler des Strategieplans für die Jahre 2019 - 2021 der Messe Bozen. Für alle Bereiche, also Mitarbeiter, Kunden, Produkte, Digitalisierung und Nachhaltigkeit wurden im Strategieplan konkrete Meilensteine definiert.

Un datore di lavoro attraente che pone i dipendenti al centro delle sue attività, una vicinanza assoluta alla clientela, un'accoglienza perfetta, grande attenzione ad aree di forza ben definite dell'economia altoatesina, il principio "digital first" e la volontà dichiarata di diventare la fiera più sostenibile d'Italia. Sono questi, in sintesi, i capisaldi del piano strategico per gli anni 2019 - 2021 di Fiera di Bolzano. Nel piano strategico sono state definite delle pietre miliari concrete per tutti i settori: dipendenti, clienti, prodotti, digitalizzazione e sostenibilità.



Nachhaltigkeit Sostenibilità

Nachhaltigkeit an oberster Stelle

Messe Bozen hat bereits vor Jahren das Thema Nachhaltigkeit ganz oben auf die Agenda gesetzt und zahlreiche Investitionen getätigt, um das Tagesgeschäft immer konsequenter an den Prinzipien der Nachhaltigkeit auszurichten – alles dient dem ambitionierten Ziel die nachhaltigste Messe Italiens zu werden. Einen wichtigen Beitrag leistet die Photovoltaikanlage auf den Dächern der Messeparkplätze: Die vier auf der Messe Bozen installierten Anlagen produzieren 1,2 Millionen Kilowattstunden Strom pro Jahr, die theoretisch bereits den gesamten Bedarf des Messegeländes decken und der Stadt Bozen jährlich 600 Tonnen CO₂-Emissionen ersparen.

Die seit 2017 bestehende Zusammenarbeit mit Volontarius, einem Verein, der unverkaufte Lebensmittel aus dem Messequartier an Bedürftige verteilt. Auch die gastronomischen Betriebe der Messe unterstützen das Prinzip der Nachhaltigkeit, verwenden zu 100% wiederverwendbares Geschirr und haben 2019 erstmals Plastikflaschen gänzlich aus dem Programm genommen. In der Kommunikation wird möglichst auf Druckmaterialien verzichtet indem Werbematerial wiederverwendet oder digitale Lösungen bevorzugt werden. Auch Aussteller wurden aufgefordert sich einem detaillierten Fragenkatalog zu stellen, der sämtliche relevante Nachhaltigkeitskriterien beginnend bei ökologischen Aspekten wie Mobilität, Ressourcenschonung und Abfallbewirtschaftung über Regionalität bis hin zu sozialen Aspekten berücksichtigt. Die sechs Gewinner wurden im Rahmen der Eröffnung der Fachmesse Hotel mit einem Award ausgezeichnet.



**Die Welt braucht Unternehmen,
die eine Haltung haben und sich
konkret einbringen.**

Thomas Mur
Direktor der Messe Bozen



La sostenibilità al primo posto

Già anni fa Fiera Bolzano aveva posto il tema della sostenibilità in cima alla propria agenda, facendo numerosi investimenti per orientare sempre di più il proprio business quotidiano verso questi principi: il tutto rivolto all'ambizioso obiettivo di diventare la fiera più sostenibile d'Italia. Un importante contributo è dato dall'impianto fotovoltaico sui tetti dei parcheggi: i quattro impianti installati presso Fiera Bolzano producono 1,2 milioni di chilowatt/ora di energia elettrica all'anno, che teoricamente coprono già l'intero fabbisogno del quartiere fieristico e fanno risparmiare alla città di Bolzano 600 tonnellate di emissioni di Co₂ all'anno.

Va ricordata la collaborazione con Volontarius, un'associazione che distribuisce cibo invenduto dal quartiere fieristico ai bisognosi, che esiste dal 2017. Anche le aziende di catering della fiera sostengono il principio della sostenibilità, utilizzando stoviglie riutilizzabili al 100% e, per la prima volta nel 2019, rimuovendo completamente le bottiglie di plastica dai loro listini. Nella comunicazione si prediligono maggiormente le soluzioni digitali; il materiale pubblicitario in forma stampata è realmente limitato e comunque predisposto al riutilizzo.

Agli espositori è stato sottoposto un questionario relativo ai criteri di sostenibilità: aspetti ecologici come la mobilità, la conservazione delle risorse e la gestione dei rifiuti, passando per la regionalità fino agli aspetti sociali. I sei vincitori sono stati premiati in occasione dell'inaugurazione della fiera Hotel.

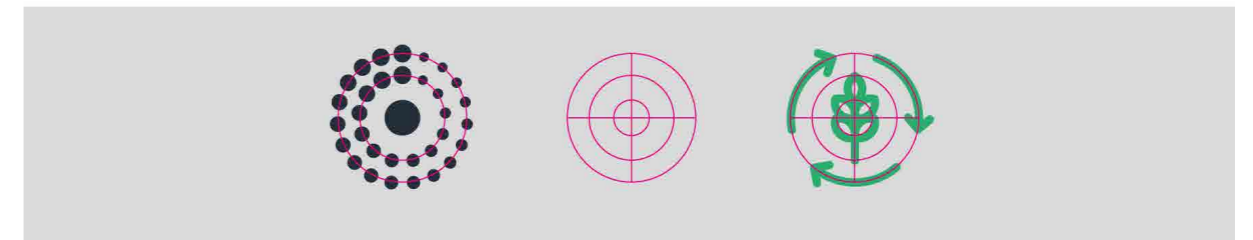
Corporate Design

Neuer Markenauftritt für FieraMesse

Trotz Erneuerung und Anpassung an neue Gegebenheiten wiedererkennbar bleiben: Auf dieses Rezept setzen erfolgreiche Marken – auch wir. Um auf die neuen Rahmenbedingungen, die sich im Laufe der Jahre ergeben haben, zu reagieren, dabei aber gleichzeitig den vor mehr als 15 Jahren eingeschlagenen Weg fortzusetzen, wurde das Design der Marke aktualisiert, ohne es gänzlich umzugestalten. Ein wichtiges Merkmal wie der Messeturm, der in zeitgemäßer Form übernommen wurde, wurde beibehalten. Neu sind die Wortmarke FieraMesse mit und ohne Zusatz BolzanoBozen, eine zusätzliche Schriftart, sowie Farbwelten, welche die sogenannten Messefamilien (Sustainability, Tourism, Mountain, Lifestyle, Creativity und Agriculture) klar markieren.

Wie interagieren unsere Marken?

Markenarchitektur ist das Zusammenspiel aller Marken eines Unternehmens. Sie organisiert die Beziehungen der Messen untereinander. Sie sorgt dafür, dass sich die Produkte unseres Portfolios gegenseitig unterstützen und ihre Unterschiede klar zu erkennen sind. Sie regelt die Rollen der einzelnen Marken, definiert ihre Positionen, Grenzen und Schnittstellen. Das bringt auch deutliche Kostenvorteile in der Kommunikation. Nicht zuletzt muss die Markenfamilie heute auch auf Smartphones und anderen digitalen Datenträgern optimal funktionieren; das war bei der bisherigen Version der Marke nicht immer der Fall. Diese neuen Gegebenheiten machten es notwendig, das Design nachhaltig zu überarbeiten.



Un nuovo marchio per FieraMesse

Rimanere riconoscibili nonostante il rinnovamento e l'adattamento alle nuove circostanze: questa è la ricetta per i marchi di successo - anche per il nostro. Per rispondere alle nuove condizioni emerse nel corso degli anni, e continuando nel contempo il percorso intrapreso più di 15 anni fa, il design del marchio è stato aggiornato senza ridisegnarlo completamente.

Una caratteristica importante come la torre, che è stata adottata in forma contemporanea, è stata mantenuta. Le novità assolute sono invece il nome FieraMesse con e senza l'aggiunta di BolzanoBozen, un font aggiuntivo, nonché i colori che contraddistinguono chiaramente le cosiddette famiglie fieristiche (Sostenibilità, Turismo, Montagna, Lifestyle, Creativity, Agricoltura).

Come interagiscono i nostri marchi?

La cosiddetta "architettura del marchio" è l'interazione di tutti i marchi di un'azienda. Organizza i rapporti tra le fiere, garantisce che i prodotti del nostro portafoglio si sostengano a vicenda e che le loro differenze siano chiaramente visibili. Regola i ruoli dei singoli marchi, definisce le loro posizioni, i loro confini e le loro interfacce. Ciò comporta anche notevoli vantaggi in termini di costi nella comunicazione. Infine, ma non per questo meno importante, la nuova "famiglia del marchio" deve ora funzionare in modo ottimale anche sugli smartphone e altri supporti digitali, cosa che non sempre avveniva con la versione precedente. Queste nuove circostanze hanno reso necessaria una revisione del progetto a lungo termine.

Relaunch Website

NEU: www.fieramesse.com

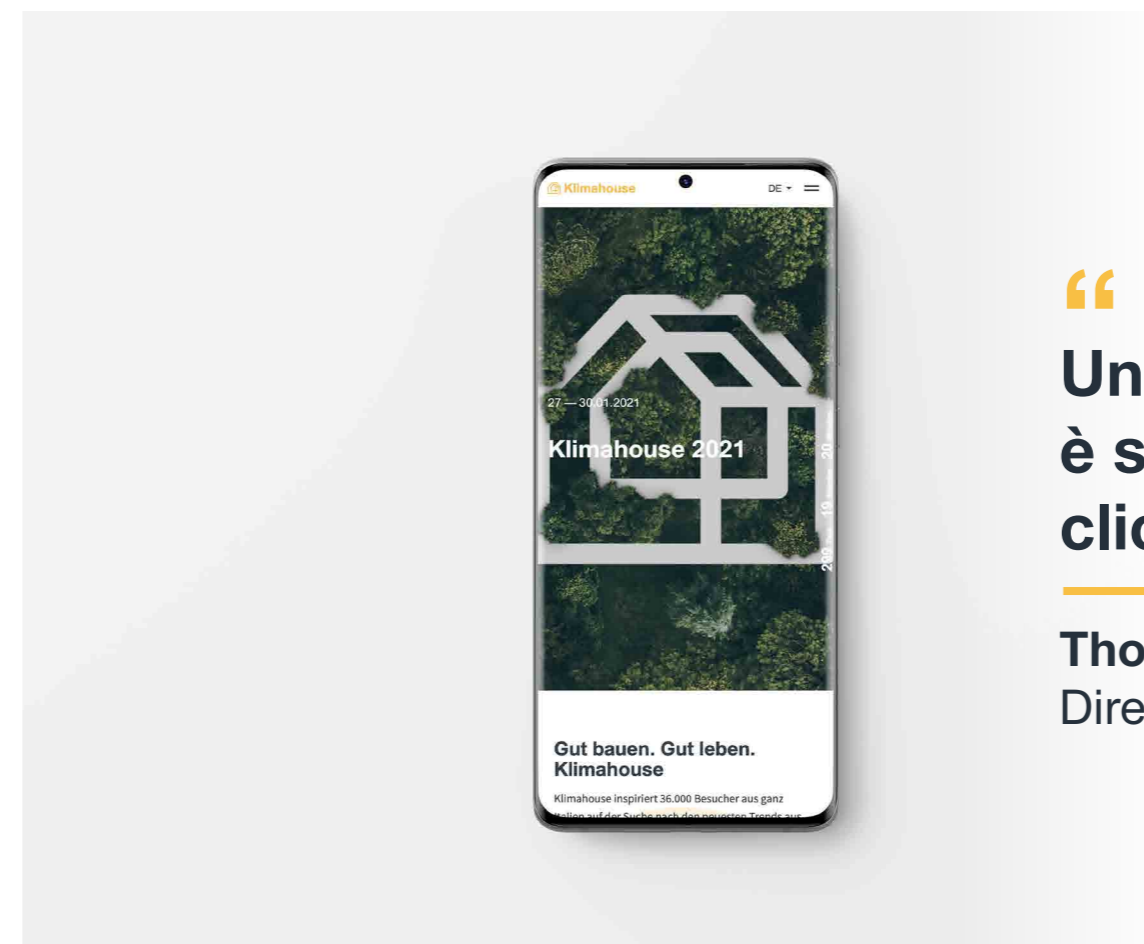
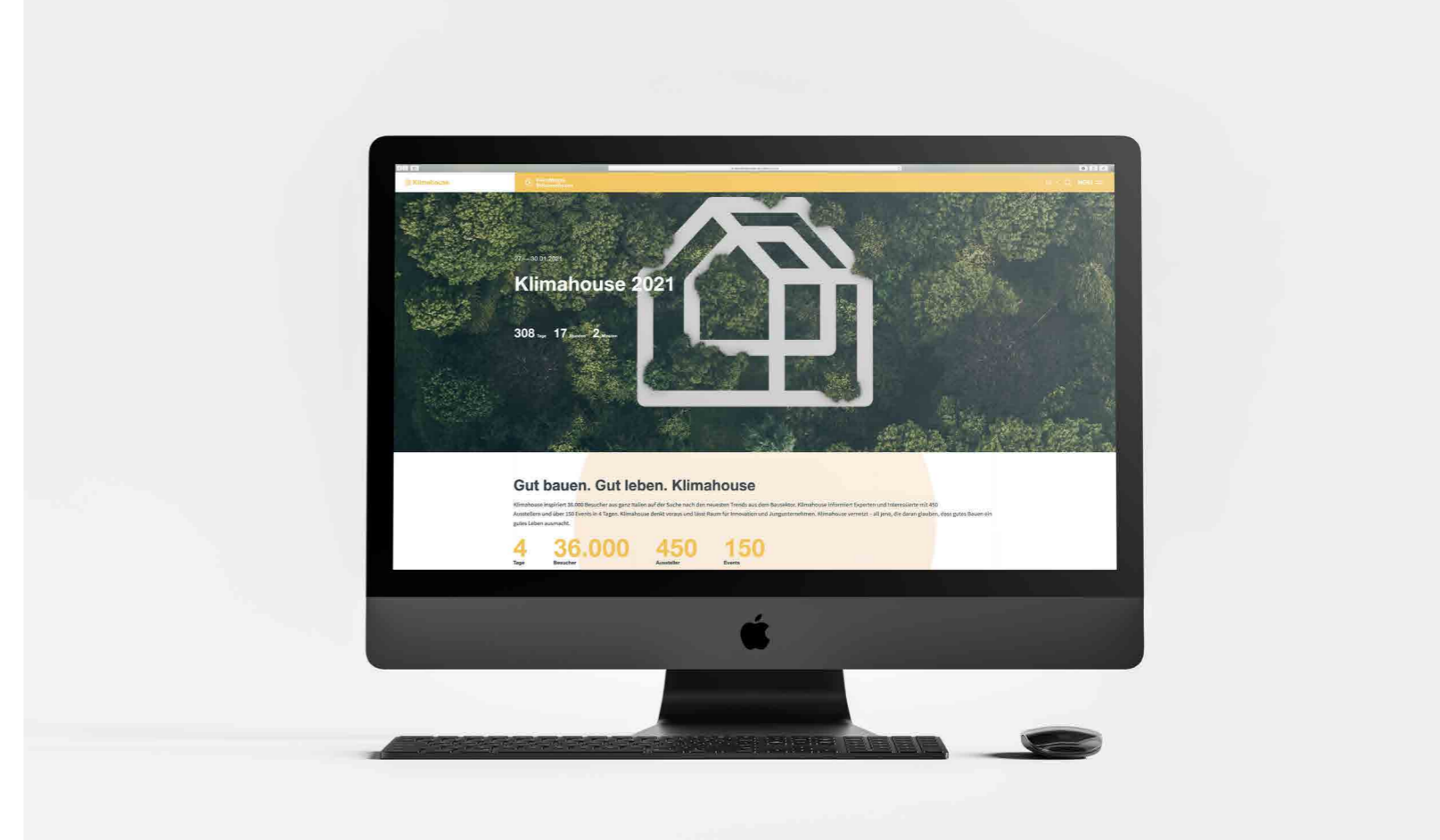
Die Arbeitswelt wird immer flexibler und mobiler. Daher muss unsere Website auf dem Smartphone und auf dem Tablet einen ebenso guten Eindruck hinterlassen wie auf dem Laptop oder auf dem Computer am Arbeitsplatz. Eine Website, die für den mobilen Zugriff optimiert ist, ist längst zu einem ausschlaggebenden Faktor geworden, um Kunden effizient zu erreichen. Dabei spielen eine gute Lesbarkeit, schnelle Ladezeiten und ein reduziertes Design eine große Rolle, damit die Informationen auf allen Geräten optimal dargestellt werden. Ganz nebenbei: Seit 2015 ist „Responsive Webdesign“ ein wichtiger Rankingfaktor bei Google.

Das neue Webdesign trägt der Markenarchitektur Rechnung und verfügt über eine weitere Inhaltsebene, nämlich die der Messefamilien. Diese sammeln interessante Geschichten und Fakten zu den Stärkefeldern von Messe Bozen - Tourismus, Nachhaltiges Bauen, Landwirtschaft und Berg. Im Besucher- und Ausstellerbereich werden Informationen übersichtlicher und unmittelbarer dargestellt, damit die beiden wichtigen Zielgruppen gleichermaßen Inspiration und Information erfahren.

NOVITA': www.fieramesse.com

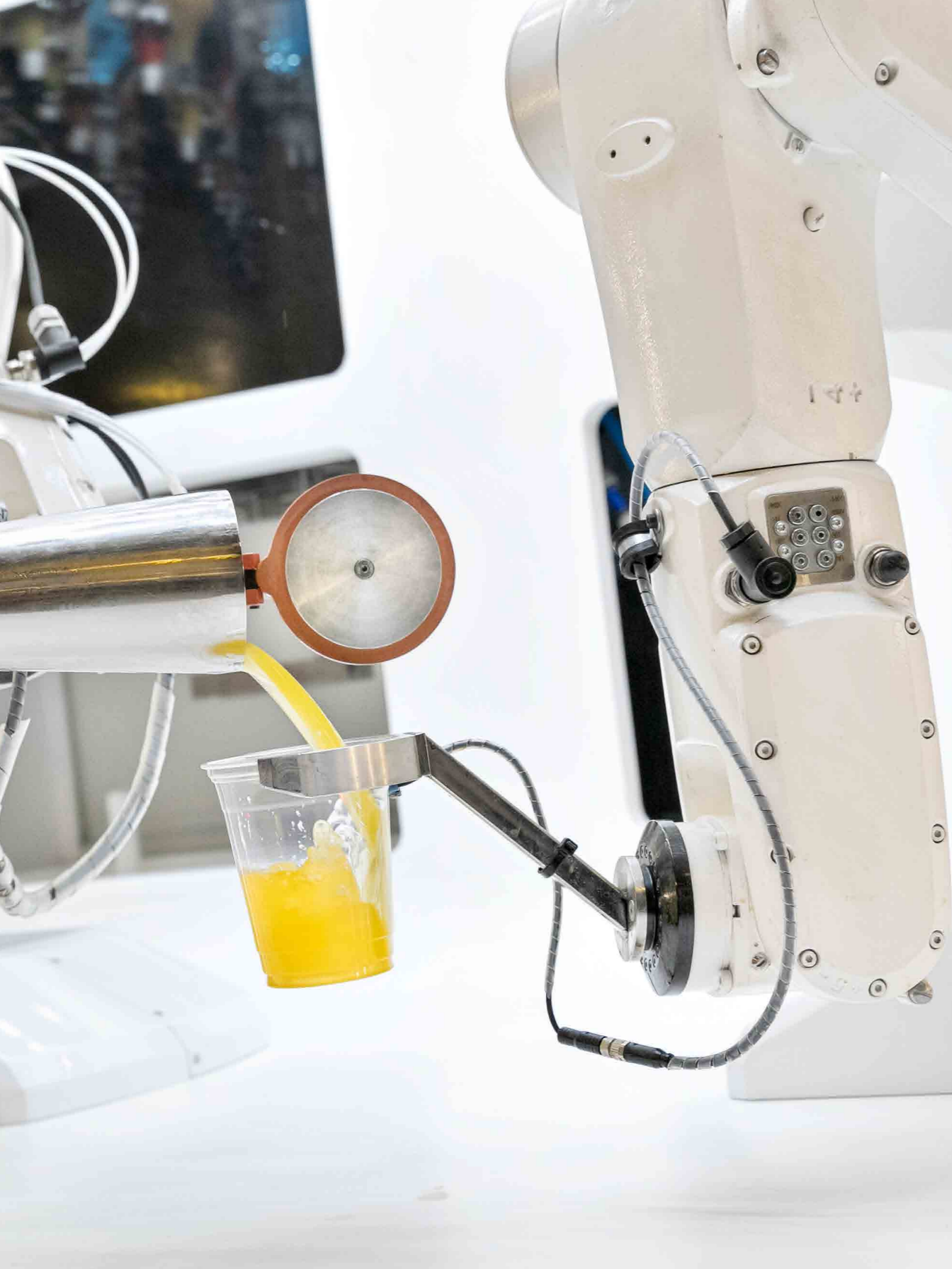
Il mondo del lavoro sta diventando sempre più flessibile e mobile. Ecco perché il nostro sito web deve fare un'ottima impressione sullo smartphone e sul tablet come sul portatile o sul computer al lavoro. Un sito web ottimizzato per l'accesso mobile è diventato da tempo un fattore decisivo per raggiungere i clienti in modo efficiente. Una buona leggibilità, tempi di caricamento rapidi e un design ridotto giocano un ruolo importante in questo caso, in modo che le informazioni siano visualizzate in modo ottimale su tutti i dispositivi. A proposito: dal 2015 il "Responsive Webdesign" è un importante fattore nel ranking di Google.

Il nuovo web design tiene conto dell'architettura del marchio e ha un ulteriore livello di contenuti, ovvero quello delle famiglie fieristiche. Queste raccolgono storia e fatti interessanti sulle aree di forza di Fiera Bolzano - turismo, edilizia sostenibile, agricoltura e montagna. Nell'area visitatori ed espositori le informazioni sono presentate in modo più chiaro e diretto, in modo che entrambi i target principali ricevano la stessa ispirazione e le stesse informazioni.



“
**Una fiera concorrente
è spesso solo ad un
click di distanza.**

Thomas Mur
Direttore Fiera Bolzano



Startup Villages

Fachmessen brauchen Startups

In unsere Messehallen gehören natürlich nicht nur erfahrene Unternehmen sondern auch die Jungen, die mit ihren innovativen Konzepten und Ideen gerade in den Startlöchern stehen. Im Rahmen der Startup Villages wurden bei Klimahouse, Prowinter und Hotel durch ein raffiniertes Scoutingverfahren aus mehreren tausenden möglichen Kandidaten 43 Startups ausgewählt und eingeladen. Bei Pitches, Matchmaking, Workshops und Meetings konnten qualitativ hochwertige Kontakte geknüpft und die Trends der jeweiligen Branchen intensiv diskutiert werden – dies stieß auf viel Zuspruch der Fachbesucher. Bei den begehrten Startup Awards wurden die innovativen Produkte und Dienstleistungen von einer Fachjury bewertet und die Sieger der jeweiligen Kategorien gekürt. Im Rahmen der Fachmesse Hotel wurde erstmals ein Trendreport vorgestellt, der wichtige Themenfelder der Zukunft im Bereich von Big Data, Experience Economy, Retailing und Robotik aufzeigen wollte.

Le Fiere specializzate hanno bisogno delle startup

Naturalmente nei nostri padiglioni fieristici non ci sono solo aziende esperte, ma anche giovani, che stanno per iniziare con i loro progetti e le loro idee innovative. Nell'ambito dello Startup Village, 43 startup sono state selezionate e invitate tra diverse migliaia di possibili candidati attraverso una sofisticata procedura di scouting a Klimahouse, Prowinter e Hotel. I pitches, il matchmaking, i workshop e gli incontri hanno permesso di stabilire contatti di alta qualità e di discutere intensamente le tendenze dei rispettivi settori – quest'attività ha riscosso un grande consenso da parte degli operatori del settore. In occasione degli ambiti Startup Awards, prodotti e servizi innovativi sono stati valutati da una giuria di esperti e sono stati scelti i vincitori delle rispettive categorie.

In occasione della fiera alberghiera Hotel è stato presentato per la prima volta un rapporto sulle tendenze di mercato, che intendeva evidenziare importanti temi futuri nei settori dei Big Data, dell'Experience Economy, del Retailing e della Robotica.

Teamwork

Team steht im Mittelpunkt

Dreh- und Angelpunkt aller unternehmerischen Aktivitäten und Tätigkeiten in der Messe Bozen ist das Team. Je besser man es schafft, das „Wir-Gefühl“ in den Mittelpunkt zu stellen und die Gewissheit reift, dass jeder einzelne zum Erfolg beiträgt und man diesen dann auch gemeinsam feiert, desto größer ist die Erkenntnis: Ich bin und wir alle gemeinsam sind Messe Bozen!

Das Unternehmen war auch 2019 stets darum bemüht, das „Wir-Gefühl“ zu stärken und Mitarbeitern gemeinsame Ziele, Werte und Spielregeln sowie Möglichkeiten der Zusammenarbeit immer wieder vor Augen zu führen. Die Themen der beiden FieraMesseDays, Sommer und Winter, wurden im Sinne der Stärkung der Persönlichkeit und des Teamspirits gewählt. Der Workshop mit dem Coach Alessandro Colombo im Labyrinth des Kränzelhofes stand ganz im Zeichen des „Vertrauens“. Bei verschiedenen Übungen und Techniken konnten die Mitarbeiter das eigene und jenes des Teams testen und reflektieren. Beim FieraMesseDay Winter lud Messe Bozen ins Gustelier des HGTV, wo sich das Team mit dem Thema „Stressmanagement“ intensiv auseinandergesetzt hat. Es wurden Methoden und Techniken aufgezeigt, die das Umgehen mit Stresssituationen erleichtern können. Auch das Teambuilding war an diesem Tag ein großes Thema. Gemeinsam mit Haubenköchin Tina Marcelli wurden feine Kekse gezaubert und dabei ein Team Video gedreht, um allen Stakeholdern und FieraMesse Freunden eine fröhliche Weihnachtszeit und ein glückliches gesundes 2020 zu wünschen.

Durch die verschiedenen Aktionen wird sichtbar, dass es zu den Unternehmenszielen gehört, ein attraktiver und moderner Arbeitgeber zu sein, der neue und für ihn „richtige“ Talente anzieht und durch konkrete Mitarbeiterbindung im Unternehmen hält.

Kommunikation nach Innen

Es gibt kein Unternehmen, in dem die Mitarbeiter sich immer ausreichend und allumfassend informiert fühlen. Messe Bozen hat 2019 einige ganz konkrete, auch neue, Maßnahmen festgelegt, die das Team entsprechend ihrer Aufgaben nach bestem Wissen und Gewissen informieren sollen. Zu den wichtigsten Informationsinstrumenten gehört die jeweils am 1. Tag des Monats erscheinende und handgeschriebene digitale TeamNews des Direktors. Durch den persönlichen und immer sehr kreativen Touch wird sie immer mit Spannung erwartet und gerne gelesen. Überdies wurden für den persönlichen Austausch die sogenannten „I hate Mondays“ eingeführt, bei denen die Mitarbeiter jeden zweiten Montag im Monat gemeinsam frühstücken und über aktuelle, anstehende oder allfällige Themen



sprechen. Sinn und Zweck dieses direkten Informations- und Wissenstransfers ist der kontinuierliche Dialog mit und zwischen den Mitarbeitern. Genannt werden sollten in diesem Kontext auch Maßnahmen zur Steigerung des Spirits und der Wertschätzung gegenüber den Mitarbeitern wie das Törggelen oder der FieraMesseSkiDay.

FieraMesseAcademy

Die Messe Bozen verfolgt konstant das Ziel, innovativ zu sein, internationaler zu werden und für Kunden und Mitarbeiter „Bester Gastgeber“ zu sein. Eine Unternehmensentwicklung in diese Richtung setzt die Bereitschaft des Unternehmens voraus, die Mitarbeiter entsprechend zu fördern und in der Entwicklung ihrer Potentiale zu unterstützen. Die FieraMesseAcademy setzt auf drei große Bereiche: Inhouse Kurse, externe Kurse und der Besuch von nationalen und internationalen Messeseminaren und -Kongressen. Die Inhouse Kurse zielen vor allem auf die Verbesserung der Zweit- und Drittsprachen sowie auf Fachthemen die das gesamte oder Teile des Teams betreffen, wie Stressmanagement, Facility Management oder Eventorganisation ab. Sinn und Zweck der Kurse in externen Bildungseinrichtungen ist es, die ganz persönlichen Stärken und Potentiale einiger spezieller Mitarbeiter weiter zu verbessern und auszubauen. Dazu gehören Themen wie Verkaufstechniken, Kommunikation, Social Media u.v.m.. Bedeutend für das Networking und das gemeinsame Erarbeiten, Diskutieren und Auseinandersetzen mit verschiedenen aktuellen Messethematiken wie Preiskalkulation, Nachhaltigkeit oder Social Media ist der Besuch verschiedener nationaler und internationaler Messeseminare.

La squadra è il fattore decisivo

Il fulcro di tutte le attività e le operazioni imprenditoriali di Fiera Bolzano è il team. Più si riesce a mettere al centro lo spirito di gruppo e più matura la certezza che ogni singola persona contribuisca al successo, e che più lo si festeggia insieme, più si migliora la performance: io sono e noi tutti insieme siamo Fiera Bolzano!

Nel 2019 l'azienda ha continuato a impegnarsi per rafforzare lo spirito di gruppo e per rendere i dipendenti consapevoli degli obiettivi, dei valori e delle regole del gioco comuni, nonché delle possibilità di cooperazione. I temi dei due FieraMesseDays, estivo e invernale, sono stati scelti per rafforzare la personalità e lo spirito di squadra. Il workshop estivo nel labirinto del Kränzelhof era tutto incentrato sulla fiducia. Con diversi esercizi e tecniche, i dipendenti hanno potuto approfondire l'argomento e riflettere su questo tema come una squadra. In occasione del FieraMesseDay Winter, Fiera Bolzano ha invitato il team al Gustelier dell'HGV, dove si è trattato intensamente del tema "gestione dello stress". Sono stati presentati metodi e tecniche che possono rendere più facile affrontare situazioni stressanti. Anche il team building è stato un tema importante di questa giornata. Insieme alla chef Tina Marcelli, sono stati cucinati dei deliziosi biscotti natalizi ed è stato girato un video di squadra per augurare a tutti i partner e ai clienti un Buon Natale e un 2020 di successo e salute.

Attraverso le varie attività è stato riaffermato l'obiettivo di essere un datore di lavoro attraente e moderno, attirando nuovi e, per Fiera Bolzano, "autentici" talenti e mantenendoli in azienda attraverso una concreta fidelizzazione dei dipendenti.



I can't but we can.

La comunicazione interna

Non esiste un'azienda in cui i dipendenti si sentano sempre informati in modo esaustivo. Nel 2019 Fiera Bolzano ha definito alcune misure molto concrete, alcune anche nuove, che dovrebbero informare il team secondo i suoi compiti al meglio delle sue conoscenze e delle sue convinzioni. Uno degli strumenti di informazione più importanti è il TeamNews digitale del Direttore, che viene pubblicato e scritto a mano il 1° giorno di ogni mese. Grazie ad un tocco personale e sempre molto creativo, è atteso e letto con piacere.

Inoltre sono stati introdotti i cosiddetti "I hate Mondays" per lo scambio interpersonale, dove i dipendenti fanno colazione insieme ogni secondo lunedì del mese e parlano di argomenti attuali, imminenti o possibili. Lo scopo di questo trasferimento diretto di informazioni e conoscenze è quello di mantenere un dialogo continuo con e tra i dipendenti. In questo contesto vanno menzionate anche le misure per aumentare lo spirito e la stima per i dipendenti, come il Törggelen o il FieraMesseSkiDay.

FieraMesseAcademy

Fiera Bolzano persegue costantemente l'obiettivo di essere innovativa, di diventare sempre più internazionale e di essere il "miglior padrone di casa" per clienti e collaboratori. Uno sviluppo aziendale in questa direzione richiede la volontà dell'azienda di promuovere i dipendenti di conseguenza e di sostenerli nello sviluppo del loro potenziale. La FieraMesseAcademy si concentra su tre aree principali: corsi interni, corsi esterni e partecipazione a seminari e congressi fieristici nazionali e internazionali. Nel 2019, i corsi interni sono stati finalizzati principalmente al miglioramento della seconda e terza lingua, nonché ad argomenti specialistici che riguardano tutti o parte del team, come la gestione dello stress, il facility management o l'organizzazione di eventi. Lo scopo dei corsi presso istituti di formazione esterni è quello di migliorare e sviluppare ulteriormente i punti di forza e il potenziale di alcuni dipendenti specifici.

Gli appuntamenti formativi includono argomenti come le tecniche di vendita, la comunicazione, i social media e molto altro ancora. Per lo sviluppo e la discussione di vari temi fieristici attuali come il calcolo dei prezzi, la sostenibilità o i social media, la partecipazione a seminari fieristici nazionali e internazionali è diventata con il tempo indispensabile e preziosa.

How to be a great host

Unsere Mission: Wir wollen ein ausgezeichneter Gastgeber sein

Eine der Zielsetzungen im Rahmen des Markenentwicklungsprozesses von Messe Bozen war es gemeinsam eine Mission zu finden, die konkret, einfach verständlich und vor allem in der täglichen Arbeit greifbar ist und aktiv angewendet wird. Kein einfach zu erreichendes Ziel. In einem längeren Prozess wurden viele Ideen entwickelt, diskutiert, verworfen, kondensiert, abstrahiert und dann anschließend wieder verworfen.

Zum Schluss blieb ein Leitgedanke übrig: einfach ein guter Gastgeber zu sein.

Das passt nämlich wie angegossen zu unserer Südtiroler Kultur und zu unseren Wurzeln, das passt als hochaktueller – auch digitaler - Ansatz der totalen Kundennähe (im Business-Sprech auch „perfect customer experience“ genannt), das passt für Aussteller wie für Besucher unserer Messen, das passt für Drittveranstaltungen und Eventveranstalter die sich bei uns einmieten, ja es passt selbst für unsere Mitarbeiter, für die wir ein ganz besonders guter Gastgeber sein wollen.

Missionen haben oft die blöde Angewohnheit, dass sie irgendwo in einer Schublade verstauben. Die größte Freude war es deshalb dabei zuzuschauen wie schnell das „guter Gastgeber sein“ in unsere DNA und Unternehmenswerte, also ins Herzblut aller Mitarbeiter übergegangen sind. Schon bald wurde in internen Meetings völlig neu argumentiert, so zum Beispiel „ja aber wenn wir diesen Prozess so abändern sind wir kein guter Gastgeber mehr!“.

Wow. Einen besseren Beweis, dass die neue Mission in der täglichen Arbeit greifbar ist und aktiv angewendet wird kann es wohl nicht geben. Deshalb: Mission completed!

La nostra mission: vogliamo essere ospiti eccellenti

Uno degli obiettivi nello sviluppo del marchio di Fiera Bolzano è stato quello di trovare assieme una mission che fosse allo stesso tempo concreta, facile da capire, e che ci potesse orientare in modo concreto nel nostro lavoro quotidiano. Un obiettivo non facile da raggiungere. Nel corso di un lungo processo parecchie idee sono state sviluppate, discusse, scartate, condensate, sintetizzate e poi di nuovo scartate. Alla fine ci si è accordati per un “pensiero guida”: semplicemente quello di “essere ospiti eccellenti”.



Questo principio si adatta perfettamente alla nostra cultura sudtirolese e alle nostre radici, è allo stesso tempo di grande attualità – anche nel mondo digitale – in cui la vicinanza al cliente è totale (nel linguaggio del business si parla non a caso di „perfect customer experience“), è importante sia per gli espositori che per i visitatori delle nostre fiere, va bene per gli eventi di terzi e gli organizzatori che si rivolgono a noi, e infine si adatta anche ai nostri collaboratori, per i quali vogliamo essere ospiti particolarmente eccellenti.

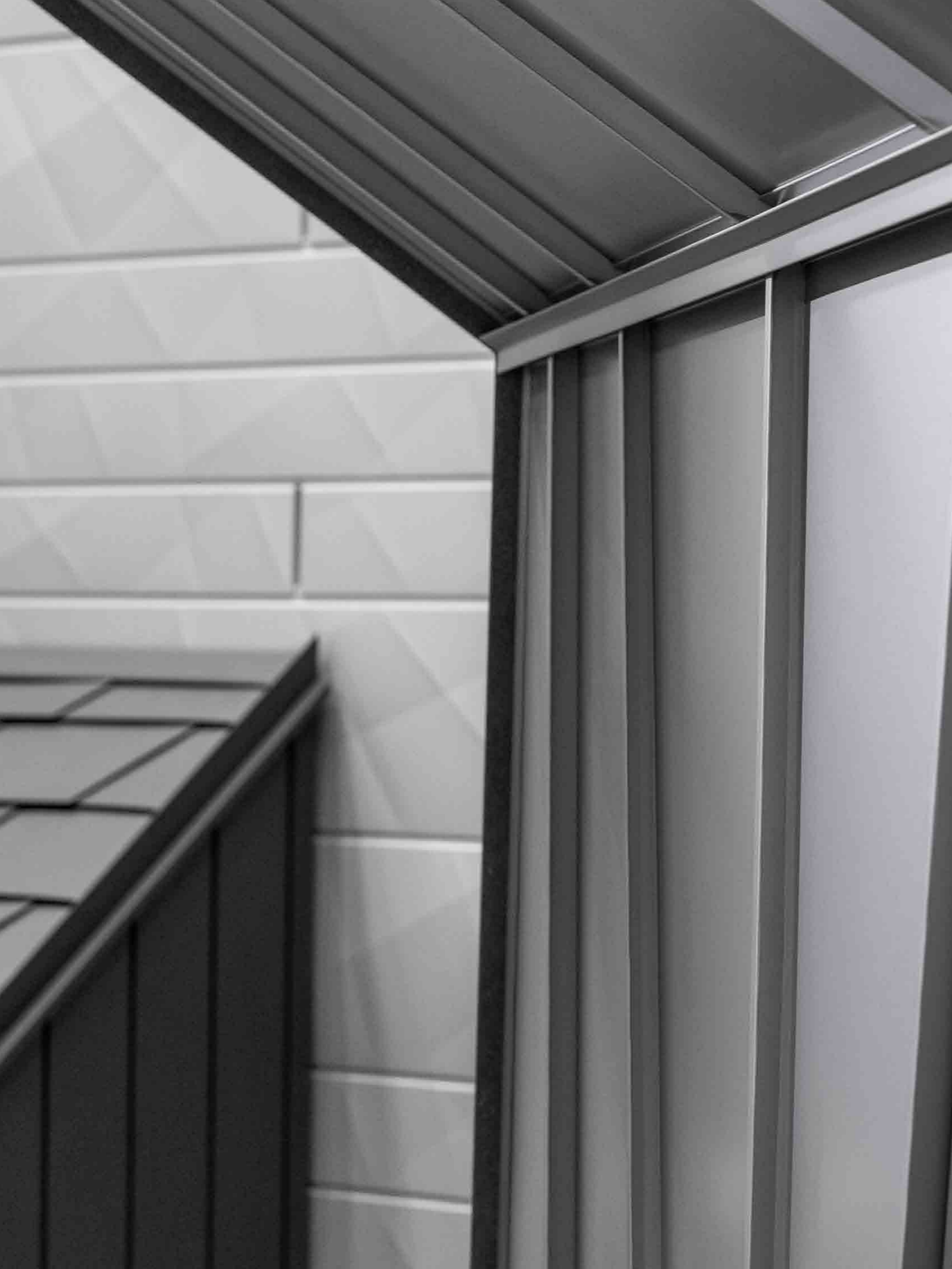
Le mission hanno spesso l'insensata caratteristica di finire prima o poi a prendere polvere in un cassetto. La gioia più grande in questo caso è stato invece vedere con quale rapidità l'“essere ospiti eccellenti” sia diventato parte dei valori aziendali, trasferendosi nel DNA e nelle azioni di ogni collaboratore. Praticamente da subito nel corso delle riunioni interne si sono sentite argomentazioni simili a questa “sí ma se cambiamo questa procedura non siamo più ospiti eccellenti!”.

Wow. Una dimostrazione migliore, che la nostra nuova mission si può „toccare“ e usare direttamente nel nostro lavoro quotidiano non poteva esserci. Quindi: missione compiuta!



Do Epic Shit





Design

Claudia Gelati

Cover Design

Alessandro Pizzo

Fotografie (in alphabetischer Reihenfolge)

Fotografia (in ordine alfabetico)

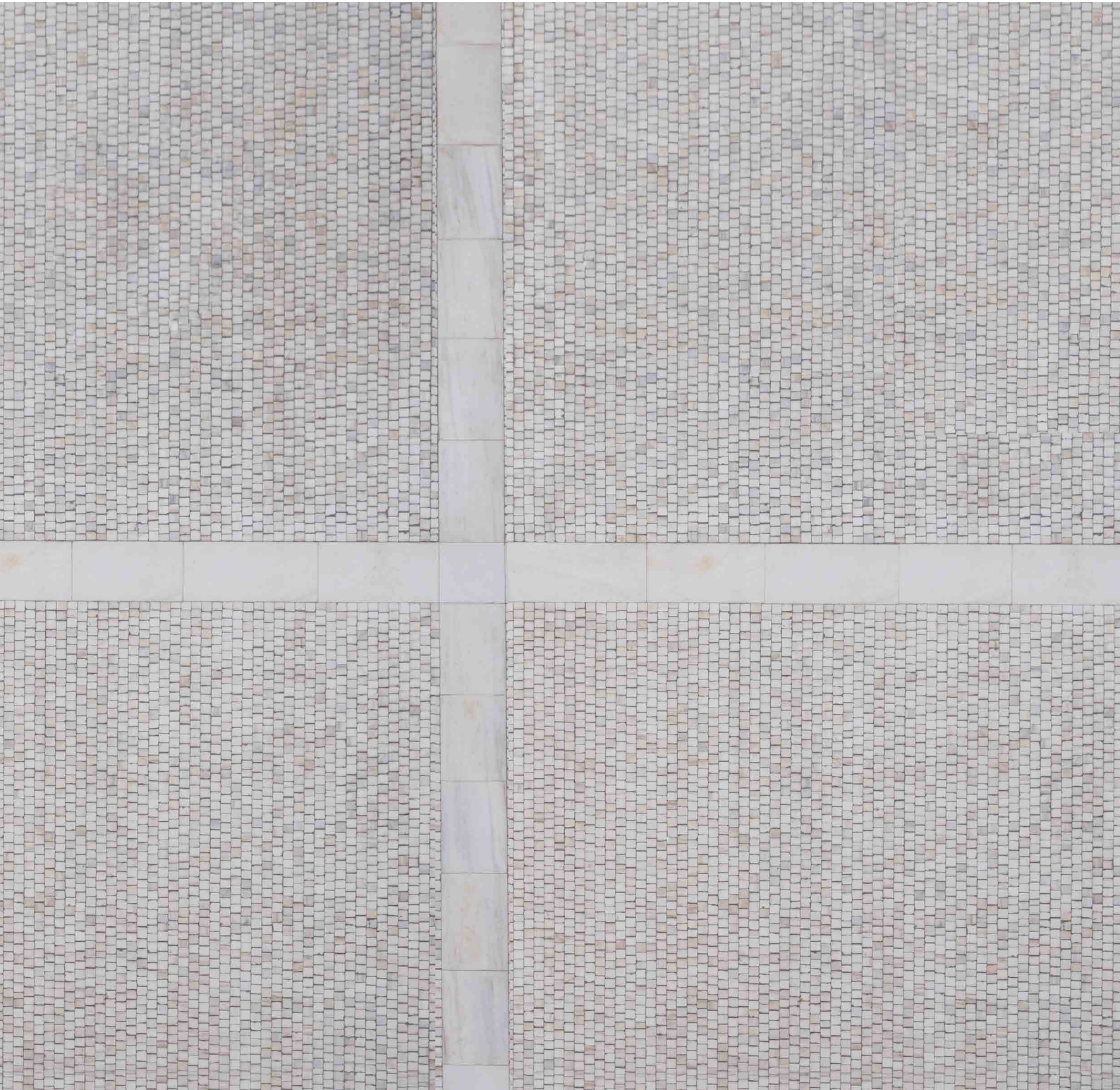
Andrea Bianchi

Luca Meneghel

Alexa Rainer

Marco Parisi

Malthe Thies Wöhler



Messe Bozen AG / Messplatz 1
I - 39100 Bozen, Südtirol
www.messebozen.it