

# SUPERIOR HOTEL

MESSEN & EVENTS

## Trends und Innovationsthemen



Auch in diesem Jahr wurde im Rahmen der BOE HotelloTOP veranstaltet / Foto: Messe Dortmund GmbH/Wolfgang Helm

Die BOE International hat sich positiv weiterentwickelt: Die Fachmesse für Erlebnismarketing zog in diesem Jahr mehr als 11.000 Fachbesucher und 625 Aussteller nach Dortmund. Schwerpunktthema war dieses Jahr Technologie.

„Die BOE hat die Impulse der dynamischen Marktentwicklung aufgenommen“, sagt Sabine Loos, Hauptgeschäftsführerin der Westfalenhallen Unternehmensgruppe, über die positive Entwicklung der Messe: „Als zentraler Treffpunkt hat sie die Trends und neuen Produkte zu Beginn des Geschäftsjahres für die Live-Kommunikationsbranche präsentiert.“ Mit insgesamt fünf Hallen in der Messe Dortmund sowie Veranstaltungen im Kongresszentrum war die BOE wieder wichtiger Branchentreffpunkt für Vertreter aus den Bereichen Event-Veranstaltung und -Ausstattung sowie Messebau. „Die BOE bietet ein hochqualitatives Rahmenprogramm und ein großes Ausstellerangebot“, sagt Loos. „Die Messe ist in den letzten Jahren stetig vorangeschritten und wird auch international stärker wahrgenommen. Hier treffen Händler, Experten und Besucher aufeinander – nirgendwo sonst lassen sich an einem Ort so viele Geschäftskontakte knüpfen.“

Die hohe Anziehungskraft spiegelte sich auch darin wider, dass rund 20 Prozent der Besucher mehr als 100 Kilometer, weitere 29 Prozent sogar mehr als 300 Kilometer zur Messe anreisten. Besucher aus allen 16 Bundesländern waren auf der Messe zu Gast. Die ausländischen Besucher waren aus den Niederlanden, Österreich, Frankreich, Großbritannien, der Schweiz und der Slowakei, Portugal, Tschechien, Italien, Bulgarien oder aus Bosnien-Herzegowina stark vertreten. Selbst aus den USA, den Vereinigten Arabischen

Emiraten, Saudi-Arabien, Türkei und Thailand waren extra Gäste angereist. Und auch ausstellerseitig war eine hohe Internationalisierung zu spüren: Aus insgesamt 15 Ländern waren Aussteller bei der diesjährigen BOE vertreten, etwa aus den Niederlanden, Frankreich und Großbritannien, Österreich und Italien, den USA oder den Vereinigten Arabischen Emiraten.

Dazu hat auch die zweite Ausgabe des International Festival of Brand Experience (BrandEx) beigetragen, das einen Tag vor der Messe stattfand. Das von BlachReport, FAMAB, Studieninstitut für Kommunikation und der Messe Dortmund initiierte Forum für Eventmanager und Kreative sowie den Nachwuchs aus den Bereichen Messe, Architektur und Live-Kommunikation stand dieses Mal unter dem Motto 'Leidenschaft'. Neben Vorträgen von Rednern erhielten die kreativsten Projekte der Live-Kommunikation in den Segmenten 'Event', 'Architecture', 'Crossmedia', 'Planning, Craft, Production' und 'Fresh' die begehrten BrandEx-Awards. Vor mehr als 1.000 Gästen durften sich im Rahmen einer feierlichen Zeremonie 51 Preisträger über Trophäen in Gold, Silber oder Bronze freuen. Im kommenden Jahr kommt zudem eine weitere Kategorie dazu. Sie nennt sich 'Formats' und hat ihren Fokus auf innovativen und kreativen Veranstaltungsformaten. Viele Brancheneinblicke

Neu in diesem Jahr war die Angliederung des mbt Meetingplace, der sich zuvor als eigenständige Fachmesse für die MICE- und Business-Travel-Branche in München etabliert hatte. 'Die Branche entwickelt sich: Das Interesse an Meetings, Incentives, Congresses and Exhibitions' kurz: MICE hat auf der BOE in den letzten Jahren stark zugenommen. Der 'mbt Meetingplace' hat das Angebot der BOE hier sinnvoll erweitert, erklärt Loos. Welche weiteren aktuellen Trends und Entwicklungen die Eventbranche bewegen, zeigt die europäische Branchenumfrage der LiveCom Alliance (LCA), einer der strategischen Kooperationspartner der BOE. Die Studie wurde vom R.I.F.E.L. Institut in acht europäischen Mitgliedsländern der LCA mit insgesamt 700 Mitgliedsagenturen durchgeführt und bildet so die großen Trends und die wirtschaftlichen Triebkräfte für die Live-Kommunikation in der weltgrößten Freihandelszone ab. Marten Schramm, Gründer und Geschäftsführer der LCA, stellte die Ergebnisse auf der BOE vor. Sie deuten unter anderem darauf hin, dass die Themen Nachhaltigkeit und Fachkräftemangel die größten Herausforderungen für die Zukunft der befragten Eventagenturen werden könnten. Als dominierende Trendthemen der Eventbranche sehen die Studienteilnehmer Emotionalisierung und Digitalisierung. Auch Nachhaltigkeit stellt einen übergreifenden Zukunftstrend dar.

Einblicke in die Branche liefert auch die Kreativitätsumfrage des Studieninstituts für Kommunikation, des strategischen BOE-Bildungspartners. Die Branchenumfrage unter 41 Unternehmen der Live-Kommunikation geht der Frage nach, für wie erfolgsentscheidend Kreativität in der Eventszene gehalten wird. Ergebnis: Über 90 Prozent der Teilnehmer halten Kreativität für erfolgsrelevant, etwas mehr als jeder Zweite unterstützt seine Mitarbeiter durch Weiterbildungen in Kreativitätsseminaren. Passend dazu bot das Studieninstitut für Kommunikation den Besuchern der BOE im Career Hub Expertenrunden und Workshops zum Thema 'Kreativität in der Live-Kommunikation' an.

Besserer Service, mehr Nachhaltigkeit

Auch in diesem Jahr war das Programm der BOE so geplant, dass die Besucher möglichst

viele Highlights zu sehen bekamen: Unter anderem organisierten die Veranstalter erneut sogenannte Guided Tours, kostenlose Führungen durch die Hallen. Gemeinsam mit Branchenexperten besuchten die Teilnehmer Messestände und erfuhren dort alles zu den Leistungen und den angebotenen Produkten. Dabei war etwa der ESG Stand wieder ein Anlaufpunkt für die Guided Tours, der in diesem Jahr einen Einblick in die Haltung der ESG und ihren Lieferanten zum Thema Nachhaltigkeit gewährte. „Zusammenfassend kann man sagen, dass es die richtige Entscheidung war, die ESG Connect auf die BOE zu bringen, und dass somit für die gesamte Branche ein echter Mehrwert geschaffen wurde“, sagt Silke Schulte, Geschäftsführerin der ESG Einkaufs- und Servicegesellschaft.

Zudem gab es bei der Planung des Messebesuchs erstmals digitale Unterstützung auf Mobilgeräten. In der für Smartphones und Tablets optimierten Web-App fanden Besucher einen dynamischen Hallenplan mit Notizfunktion, das Ausstellerverzeichnis und weitere Informationen zu den Angeboten auf der Messe. Außerdem konnten sich die Messegäste eine Liste von Vorträgen zusammenstellen, die sie sich ansehen wollten. So hatte jeder die Möglichkeit, sein individuelles Messeerlebnis digital zu planen.

Neben der Digitalisierung ist Nachhaltigkeit nicht nur ein Trend, der die ganze Gesellschaft bewegt, sondern sie spielte auch auf der BOE in diesem Jahr eine wichtige Rolle. Der Fotoboden der Firma visuals united, der auf der BOE großflächig zum Einsatz kam, wurde beispielsweise anders als auf vielen anderen Messen nicht einfach entsorgt, sondern nach der Veranstaltung vom Unternehmen zurückgeführt und recycelt. Die rund zwei Tonnen schweren Vinylböden, die zuvor 1.400 Quadratmeter Ausstellungsfläche auf der BOE zierten, wurden dafür zur AgPR Arbeitsgemeinschaft PVC-Bodenbelag Recycling gebracht und dort weiterverwertet. Angestoßen wurde das Projekt von der ESG Einkaufsgesellschaft, einem Großaussteller.

Besucher benoten die BOE erneut mit „gut“

Die neuen Services und Ideen schlugen sich auch in der Bewertung der BOE nieder. Die Zufriedenheit der Besucher mit der diesjährigen Messeausgabe war erneut überdurchschnittlich hoch. In der Befragung durch ein unabhängiges Messe-Marktforschungsinstitut erteilten die Besucher der BOE im Jahr 2020 die Note „gut“. Das umfangreiche Rahmenprogramm in den sechs verschiedenen Foren sowie das Ausstellerangebot zum Schwerpunktthema „Technologie“ überzeugte das Fachpublikum. Besonderes Interesse zeigten die Messegäste an den Segmenten Event-Services, Veranstaltungstechnik, -technologie und -produktion, Messebau, Entertainment und Medien, Catering, Locations, Mietmöbel und Dekoration. Auch die Aussteller fanden wie gewohnt ein breit gefächertes Messepublikum vor, mit denen sie Kontakte knüpfen und das Geschäftsjahr 2020 erfolgreich einleiten konnten. Zu den größten Besuchergruppen gehörten in diesem Jahr Eventveranstalter und -agenturen, Fachbesucher aus dem öffentlichen Bereich sowie den Branchen Veranstaltungstechnik, Hotellerie und Gastronomie oder dem Messebau. Knapp 82 Prozent der BOE-Besucher sind als beratend, mitentscheidend oder ausschlaggebend an Beschaffungsentscheidungen in ihren Unternehmen beteiligt. Damit lockte die Messe nochmals mehr Entscheider an als 2019. Für einen erneuten Besuch sprachen sich bereits fast 93 Prozent der Besucher aus und damit nochmals vier Prozent mehr als im Vorjahr.

Im Jahr 2021 findet die BOE am 20. und 21. Januar statt.