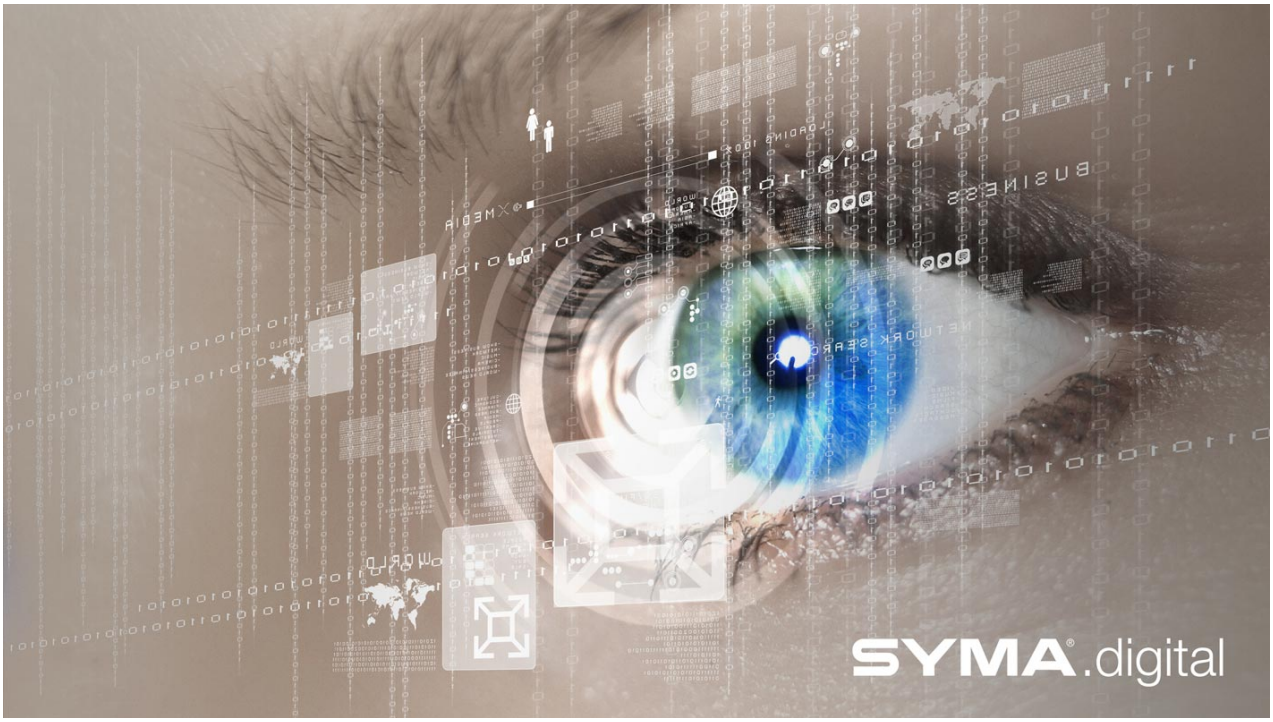

Messe, quo vadis?

Im letzten Herbst hätte sich das SYMA-Team vielfach klonen können. Aufträge an vielen unterschiedlichen Messestandorten sprachen für eine ausgezeichnete Auslastung. Heuer befindet sich der Großteil der Mitarbeiter in Kurzarbeit. Das ist vor allem den Folgen von Covid-19 und den wirtschaftspolitischen Auswirkungen zuzuschreiben. Messeformate sind national und international bis Ende des Jahres, mancherorts schon bis zum Ende des ersten Quartals 2021, verschoben bzw. abgesagt. Wie geht es weiter? Welche Pläne schmiedet das Unternehmen?

Das dritte NÖ-Marketing Breakfast führte im Herbst 2018 nach Wolkersdorf ins Weinviertel. Die WKNÖ Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation war zu Gast bei einem ihrer Mitglieder, der SYMA-SYSTEM GmbH. Die profilierten Messestandbauer sind in Österreich seit über 50 Jahren am Markt und betreuen heimische Unternehmen im In- und Ausland als Full-Service-Anbieter. Die neue Halle war zu dem Zeitpunkt gerade finalisiert und es wurde uns eine großartige Inszenierung geboten, die alle Stückerl spielte. Heuer kam Corona und alles wurde anders. Abgesagte oder verschobene Veranstaltungen stehen auf der Tagesordnung. Die Stimmung ist getrübt. Die Kunden und Interessenten von SYMA sind verunsichert und warten mit aktiven Zusagen bzw. Investitionen im Bereich Messebau noch zu. Wider alle Umstände setzt der Betrieb alles daran, mit maximal möglicher Personalstärke aus der Krise herauszukommen, um gewohnte Qualität und Service zu liefern. Aktuell werden bei Bedarf Schutzmaßnahmen produziert, POS oder Vitrinen mit den eigenen Profilsystem gebaut sowie an Aufträgen für die Gestaltung von Schauräumen und Interieur gearbeitet. Hinter den Kulissen wird am Launch des neuen Angebots „SYMA.digital“ gearbeitet. Die Virtualisierung der Online-Präsentations- und Verkaufsflächen wurde durch den Lockdown auf Hochtouren vorangetrieben. Aber dazu später.

Messen in Coronazeiten

Einige wenige Veranstalter wagten es doch und hielten z. B. in Niederösterreich die WISA in St. Pölten ab oder die Gartenbaumesse Tulln. Hier war SYMA für den Kunden EVN tätig. Bei den in der Coronazeit realisierten Messeständen war es wichtig, die Integration von Hygienemaßnahmen im jeweiligen Konzept zu berücksichtigen. So wurden etwa Desinfektionsspender, Trennwände, Wegleitsysteme, Wartezonen, Besucherbeschränkungen und mehr integriert. Für die Sicherheit des Personals und der Monteure war seitens des Veranstalters jederzeit gut gesorgt: Durch die Verbreiterung der Gänge, die Errichtung von Wartezonen, die ausreichende Zufuhr von Frischluft in die Hallen, die Installation von Desinfektionsmöglichkeiten und die Erhöhung der Reinigungsintervalle der Sanitärräume wurde sowohl in der Auf- und Abbauphase als auch während der Messe ein sicheres Umfeld geschaffen. Der Auftraggeber EVN AG war proaktiv, was das Schutzkonzept am Stand betraf. Dazu zählen ein Leitsystem, Desinfektionsspender, Schutzwände bei Beratertischen, Gangverbreiterung am Stand, Wartezonen oder flexible Absperrmöglichkeiten. Natürlich kamen auf den Kunden Mehrkosten zur Wahrung der Sicherheit der Mitarbeiter und Kunden zu. Durch die Möglichkeit von SYMA, diese Schutzmaßnahmen selbst produzieren

zu können, hielten sich diese Kosten jedoch sehr in Grenzen. Interessant war die Reaktion der Besucher. Die allgemeinen Gästezahlen waren den Umständen entsprechend gut. Allerdings wurde das Freigelände von den Besuchern klar bevorzugt und die Gästeschar war in den Hallen unerwartet gering. Wahrscheinlich eine der Folgen möglicher Ängste der Besucher.

Ausblick

Was hat sich der Betrieb für die Zukunft überlegt? Das strategische Geschäftsfeld des Messebaus bleibt natürlich weiterhin die Kernkompetenz. Mithilfe des eigenen Profilsystems wird das Unternehmen weitere Anwendungsmöglichkeiten des SYMA-Systems anbieten und so die Diversifikation (Schauräume, Einhausungen, POS etc.) vorantreiben. Das Team hat jedenfalls die Zeit gut genutzt und an einem neuen Angebot bzw. an einer neuen Ausrichtung gearbeitet: SYMA.digital. Durch die Absagen von Messe- und Kongressveranstaltungen rund um Covid-19 haben sich die Präsentationsaktivitäten und Vertriebskanäle vieler Kunden zunehmend in die Onlinewelt verlagert. SYMA bringt in seine digitale Offensive die jahrzehntelange Erfahrung in der Schaffung von Messeerlebnissen in der digitalen/virtuellen Welt ein.

Ziel ist es, Kunden und Interessenten neben den realen Messeständen auch virtuelle Varianten anzubieten, außerdem hybride Roadshows, virtuelle Showrooms bis hin zu digitalen Vertriebsunterstützungen. Dabei werden bestehende 3D-Konzepte digital nutzbar gemacht und neue virtuelle Welten und Präsentationsflächen geschaffen. Je nach Anforderung wird das digitale Konzept mit abgestimmten Tools ausgestattet, welche die Aktivitäten und Kommunikation der agierenden Personen unterstützen. Dazu zählen unter anderem Live-Chats, Bildschirmübertragungen, Augmented und Virtual Reality, Streaming, Webinare und mehr. Fest steht: Die Zukunft der Messe ist hybrid.

Weitere Informationen:

www.syma.com/at-de
Die Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation war 2018 bei SYMA zu Gast. Hier ist der Bericht vom NÖ-Marketing Breakfast.

Foto: SYMA System