

JAPAN

Big Sight wird noch bigger

Nippons Veranstaltungsbranche öffnet und wandelt sich. Der Messe- und Kongresssektor wird zunehmend als lukratives Geschäftsfeld angesehen.

Im Land der aufgehenden Sonne haben die Wirtschaftsmaßnahmen der „Abenomics“ in vielen – aber nicht allen – Bereichen eine positive Auswirkung. „Insgesamt geht es der japanischen Wirtschaft gut“, sagt Heinz Kuhlmann. „Aber die Entwicklung in China bereitet Sorgen“, so der Präsident von ABC Enterprises in Tokio. „Japan und China sind ökonomisch stark voneinander abhängig.“ Auf das Messegeschäft würden sich sinkende chinesische Wachstumsraten jedoch nur wenig auswirken, China dürfe auch künftig mit großen subventionierten Gemeinschaftsständen in Nippon ausstellen.

Beim Messemarktführer Tokyo Big Sight ist derzeit kein Rückgang im Veranstaltungs-

geschäft zu erwarten, sondern eher Wachstum. „Für andere wie Makuhari Messe, Intex Osaka und weitere Messegelände sind die jetzige Situation und künftige Perspektiven weniger positiv“, beobachtet Heinz Kuhlmann. Big Sight ist dagegen das ganze Jahr hindurch mit Messen und Events gut ausgelastet. Der Geländebetreiber vermietet primär Flächen und hat nur wenige Eigen- oder Partnerveranstaltungen. Zu den letztgenannten Ereignissen gehören die „Ricon“ für Schutz und Sicherheit und vor allem die „Jimtof“.

Mit der EMO (Hannover/Mailand), IMTS (Chicago) und CIMT (Peking) gehört die Jimtof zu den vier größten internationalen Werkzeugmaschinenmessen der Welt. Um mehr Aussteller zu bekommen, braucht Big

Sight zusätzliche Fläche. Wegen der Jimtof und mit Vorausschau auf die Olympischen Spiele 2020 steht der Ausbau des Big Sight-Geländes an (www.bigsight.jp/english). Die derzeit verfügbare Fläche von rund 80.000 Quadratmetern ist bei jeder Jimtof voll ausgebucht. „Für die nächste Veranstaltung im November 2016 wird eine Erweiterung um etwa 20 Prozent geplant“, berichtet Messexperte Heinz Kuhlmann. „Big Sight rechnet damit, dass die gesamte Fläche wieder schnell belegt ist.“ Wie bisher sind die Anmeldefristen daher dementsprechend kurz.

Neben solchen positiven Beispielen hat die japanische Messewirtschaft auch Problemzonen. Ende 2014 setzte hier die Japan Travel Bureau Foundation an. Sie führte im Auftrag des Wirtschaftsministeriums an wichtigen Messeplätzen im Ausland und daheim eine umfassende Untersuchung und Vergleichsstudie durch. „Die Ergebnisse zeigten, dass Japan in mancher Hinsicht zurückliegt“, analysiert Heinz Kuhlmann. „Gegenüber den großen Messen in Europa und im Vergleich zu vielen Messeplätzen in China und anderen asiatischen Ländern.“ Dies gilt ebenso für Veranstaltungsstätten, die für internationale Kongresse, große Konferenzen und für Rahmenprogramme von Messen ge-



Das Tokyo Big Sight ist das ganze Jahr hindurch gut mit Messen und Events ausgelastet.
Tokyo Big Sight is kept busy with fairs and events all the year round.

eignet sind. Bei der Planung und dem Bau der zurzeit größten Messegelände – Big Sight und Makuhari – wurde der wachsende Bedarf für Konferenz- Seminar- und Besprechungsräume nicht hinreichend berücksichtigt. „Im Nachhinein ist es schwierig und sehr teuer, diesen Mangel zu beheben“, weiß Heinz Kuhlmann.

Japan möchte aber im Messe- und Kon-

gress-Bereich aufholen. „Die MICE-Branche wurde als ein wichtiger Wirtschaftszweig mit beträchtlichem potenziellen Einkommen erkannt“, weiß Heinz Kuhlmann. „Für die Veranstalter, genauso für viele Dienstleister und die jeweiligen Standorte und Regionen.“ Das erfordert mehr Internationalität. Anfänglich bemühte sich die Japan Exhibition Association mit ihrem Vorsitzenden – dem Reed-

Chef Tad Ishizumi – darum, die Messen für ausländische Teilnehmer attraktiver zu machen. Jetzt wird auch die Regierung aktiv. „Japan möchte mehr Geschäftsbesucher für MICE-Veranstaltungen gewinnen“, sagt Heinz Kuhlmann, der selbst im Herbst 2016 mit japanischen Partnern die Messe Organic Lifestyle Expo an den Start bringt (www.organicnetwork.biz). PB ■

JAPAN

Big Sight becomes even bigger

Japan's event industry is opening up and changing. The exhibition and conference sector is increasingly being regarded as a lucrative field of business.

In the land of the rising sun the economic measures introduced by “Abenomics” have had in many – although not in all – areas a positive effect. “On the whole, the Japanese economy is doing well,” says Heinz Kuhlmann. “But developments in China are stirring unease,” adds the President of ABC Enterprises in Tokyo. “Japan and China are strongly dependent on each other economically.” In his view, sinking

Chinese growth rates will have little effect on the exhibition industry, since China will be present with subsidised joint stands in Japan in the near future too.

The market leader, Tokyo Big Sight, does not expect a drop in exhibition business – but rather an increase. “For other players such as Makuhari Messe or Intex Osaka the current situation and the future prospects are less positive,” observes Heinz Kuhlmann. In

contrast, Big Sight is well booked for the whole year with exhibitions and events. The fairground operator primarily rents space and organises few proprietary or partner events. But the latter formats do include “Riscon” for safety and security and above all the “Jimtof” trade fair.

Together with EMO (Hanover/Milan), IMTS (Chicago), and CIMT (Beijing), Jimtof belongs to the top four of the largest machine tool trade fairs in the world. In order to acquire more exhibitors, Jimtof needs additional space. For this reason, as well as with an eye to the Olympic Games in 2020, plans are made for expanding the Big Sight fairground (www.bigsight.jp/english). The currently available space of approximately 80,000 sq. metres is completely booked up during every Jimtof. “An expansion of around 20 percent is planned for the next edition in November 2016,” reports exhibition expert Kuhlmann.



Volles Haus: Die Jimtof zählt zu den vier wichtigsten Werkzeugmaschinen-messen weltweit.

Full house: Jimtof is one of the four most important machine tool fairs world-wide.

Photo: Big Sight