



Birgit Hölzl-Zech

Generalsekretärin I.M. Austria, Interessengemeinschaft von Messe- und Live-Marketing Spezialisten

Wie schätzen Sie die wirtschaftlichen Konsequenzen der derzeitigen Situation ein?

Wir sehen einen Einbruch von 100 Prozent aller Aufträge ab ca. 15. Februar. Bereits im Anfang Februar sind viele Aufträge fast täglich weggebrochen bzw. wurden abgesagt. Man kann konkret davon ausgehen, dass man im März und April mit praktisch keinen Einnahmen rechnen kann. Wir gehen derzeit davon aus, dass im Mai erste kleine Aufträge wieder ausgeführt werden können, die jedoch im besten Fall einen kleinen Teil der Betriebskosten decken können und daher eher „kosmetischer“ Natur sind. Da Messen und Kongresse eine längere organisatorische Vorlaufzeit haben, bleibt abzuwarten, ob einige Veranstaltungen im Juni noch durchgeführt werden können.

Die Maßnahmen rund um diese Pandemie trafen die Branche zu einem sehr ungünstigen Zeitpunkt. Das Jahr 2020 begann sehr vielversprechend, die Wirtschaft war auf einem hohen Niveau. Die vorliegenden Aufträge versprachen ein sehr positives erstes Halbjahr. Entsprechend haben Betriebe investiert – Mitarbeiter aufgestockt, Materialien angekauft und ihre Lager mit dem benötigten Equipment aufgestockt. Wenn klar ist, dass im Februar, April oder Mai viele Aufträge abzuarbeiten sind, muss bereits im Jänner die Zeit genutzt werden, um alle Vorbereitungen zu treffen. Denn sämtliche Mitarbeiter sind in den sehr starken Auftragsmonaten mit dem Ausführen der Aufträge ausgelastet. Das bedeutet für viele Betriebe, dass ihre Kreditlinien bei Banken ausgenutzt sind, da die Einnahmen absehbar sind. Wird diese Kette unterbrochen, steht der gesunde und gut positionierte Betrieb plötzlich mit vollen Lagern still. Rechnungen für die Materialien trudeln laufend ein, ebenso wie Absagen der Aufträge. Zusätzlich sind die Löhne und Gehälter samt Lohnnebenkosten zu zahlen, während die Umsätze auf null fallen. Diese Situation beschreibt den Februar und März dieses Jahres.

Wir, in der I.M. Austria, sehen diesen Ablauf bei praktisch allen Mitgliedsbetrieben – also bei Messebau und Messearchitekten, Livemarketing, Design, Technik, Service und Zulieferbetrieben. Auch verwandte Branchen, wo wir

mit Unternehmen in Kontakt sind, stehen vor einer sehr ähnlichen Situation.

Das erste Halbjahr ist für unsere Unternehmen wesentlich, um Kapitalreserven zu schaffen, um die Zahlung aller Verbindlichkeiten sowie die Vorbereitung der Aufträge im Juni, Juli und August zu finanzieren. Fällt dieser Umsatz zu einem Großteil weg, wie in der jetzigen Situation, schafft dies ein finanzielles Problem, das oft nur durch schnelle und rigorose Maßnahmen abgefedert werden kann. Aus heutiger Sicht muss man davon ausgehen, dass die meisten Unternehmen im Messe- und Livemarketing erst im September wieder ihren vollen Betrieb aufnehmen können. Es gibt zwar im Juni und Juli einige Festivals, die Teile der Branche aufatmen lassen. Messen und Kongresse, davon gehen wir im Moment aus, finden erst wieder ab Mitte August in vollem Umfang statt. Da Messen und Veranstaltungen teilweise verschoben wurden, kann der Umsatz in den letzten vier Monaten des Jahrs teilweise aufgeholt werden. Der daraus resultierende Ertrag wird jedoch durch die nun benötigten liquiden Mittel (z. B. Überbrückungskredite oder Stundungen) wohl stark reduziert. Eine vollständige Erholung der Branche wird daher erst 2021 möglich sein.

Welche Maßnahmen müssen aus Ihrer Sicht jetzt seitens des Bunds getroffen werden, um wirtschaftliche Ausfälle abzufedern?

Die Branchenteilnehmer sind unterschiedliche Betriebe. Dies ist in der Mitgliederstruktur der I.M. Austria abgebildet: Messearchitekten, Messebau, Livemarketing-Firmen und Agenturen, Messesteppiche, Eventtechnik für Licht/Ton/Video, Zulieferbetriebe, aber auch Locations und Dolmetscher. Dazu kommen Kongressorganisationsfirmen, Eventfirmen, Messe-/Kongresszentren, Eventtechnik, freiberufliche Monteure/Monteurbetriebe, Grafiker, Architekten, Druckereien, Logistik und mehr. Das ist eine sehr breite Palette, von Kleinstbetrieben bis hin zu mehreren Hundert Mitarbeitern. Besonders KMUs und Kleinstunternehmen sind vom Ausfall betroffen und haben die wenigsten Ressourcen, um die notwendige Zeitspanne zu überbrücken. Die nun mögliche Soforthilfe kann dies abfedern, sofern diese unbürokratisch und rasch ausgezahlt wird.

Die weiteren Maßnahmen wie Überbrückungskredit, Kurzarbeit und sonstige angebotene Hilfen sind sicher gut. Jedoch stehen Firmen jetzt teilweise vor dem Problem, dass die notwendigen Unterlagen für die Banken, über die diese Überbrückungskredite einzureichen sind, nicht

so schnell erstellt werden können. Mitarbeiter oder Buchhaltungskanzleien/Steuerberatungskanzleien tun ihr Bestes, sind aber nur teilweise besetzt und arbeiten fast nur online. Sind die Unterlagen eingereicht, muss die interne Bankentscheidung abgewartet werden. Dann müssen die Unterlagen erstellt und unterzeichnet werden. Rein realistisch dauert der ganze Prozess rund einen Monat oder länger, bis tatsächlich eine Auszahlung stattfinden kann. Das ist auch psychisch eine sehr schwierige Zeit – für Mitarbeiter, die mit der Abarbeitung beschäftigt sind, aber auch für die Geschäftsführer und Eigentümer der Klein- und Mittelbetriebe, die den ganzen Druck und die Ungewissheit aushalten müssen.

In dieser Hinsicht unterscheidet sich die jetzige Situation auch sehr stark von einem normalen Markteinbruch, der meist trotzdem Nischen oder Chancen bietet, wenn man rasch genug reagiert. In der jetzigen Situation gibt es weder andere Geschäftsfelder noch andere Kunden, um Aktivitäten zu verlagern.

Wann rechnen Sie aus heutiger Sicht mit einer Rückkehr zum Regelbetrieb und wie lange wird uns das Thema – auch psychologisch – nachhängen bzw. beschäftigen?

Wir erwarten spätestens mit September eine deutliche Erholung, im Jahr 2021 wieder eine normale Auftragslage – vorausgesetzt, es gibt keine weiteren wirtschaftlichen Einbrüche oder Katastrophen und es werden bald Medikamente entwickelt, um COVID-19 im Fall eines neuerlichen Auftretens zu stoppen.

Psychologisch lernen wir alle wohl viel aus dieser Situation. Viele werden von einer sehr plötzlichen Existenzkrise bedroht, die in dieser Form noch nie da war, oder sehen sich vielleicht auch mit plötzlichen Todesfällen von Angehörigen konfrontiert. Sehr positiv sehen wir, dass derzeit die Kommunikation und auch der Zusammenhalt in der gesamten Livemarketing-Branche sehr stark sind. Dieser Austausch ist in den letzten Jahren etwas zurückgedrängt worden. Als Interessengemeinschaft hoffen wir, dass die gesamte Branche ihre Netzwerke daraus stärkt, voneinander und miteinander lernt und in Zukunft damit besser für ähnliche Situationen gewappnet ist. Dazu zähle ich persönlich ein stärkeres Netzwerk der Branchenteilnehmer und Verbände und den Aufbau einer statistischen Auswertung – sehr wichtig im Livemarketing, wo so viele Betriebe aus verschiedenen Branchen mitwirken.

www.imaustria.at