



Die ESG belegte mit ihren Mitgliedern und Unterausstellern eine der größeren Flächen auf der BOE. FOTO:

WESTFALENHALLEN
DORTMUND / OLIVER
WACHENFELD

BOE INTERNATIONAL

Nachhaltigkeit: Trend und Herausforderung

Was gibt es für neue Angebote, um Messen und Events zu unvergesslichen Erlebnissen zu machen? Zum Jahresauftakt zeigte die BOE Planern, Organisatoren und Einkäufern in Dortmund das Kaleidoskop der Möglichkeiten, um Veranstaltungen noch eindrucksvoller zu gestalten – auch nachhaltig.

Wer Partner und Zulieferer für Live-Kommunikationsmaßnahmen sucht, der wurde zum Jahresauftakt in Dortmund bestimmt fündig. Auf der BOE International, die vom 15. bis 16. Januar in der Messe Westfalenhallen Dortmund über die Bühne ging, präsentierten 625 Aussteller in fünf Hallen ihr Angebot. Das Angebotsspektrum reichte von professionellen Lieferanten für Messe- und Ausstellungsbau über Softwarelösungen zur Planung und Verwaltung von Events, von Catering-Inspirationen über Sicherheitsdienstleistungen, von faszinierenden Locations bis zu fesselnden Performance-Künstlern.

Als Schwerpunktthema hatten die Macher zwar den Fokus auf Technologie gelegt, doch in den Gesprächen und Dis-

kussionen stand oftmals ein anderes Anliegen im Vordergrund: Nachhaltigkeit. Die Fragestellung, wie sich im Zeitalter von Klimastreik und Fridays-for-Future-Bewegung verantwortungsvoll Messeauftritte und Events realisieren lassen, treibt viele der knapp 11.000 Besucher um. Eine Vielzahl der Aussteller hob deshalb die Möglichkeiten nachhaltiger Realisierungen in ihren Präsentationen sowie Gesprächen hervor. Auch die Messe Dortmund als Veranstalterin hat Verantwortung in Sachen Nachhaltigkeit übernommen. Der großflächig eingesetzte Vinyl-Fotoboden der Firma Visuals United, Kaarst, wurde nach Ende der Messe zur Weiterverwertung zur AgPR Arbeitsgemeinschaft PVC-Bodenbelag Recycling, Marl, gebracht. Zwei

Tonnen Vinyl, die zuvor 1.400 Quadratmeter Fläche belegten, wurden dadurch im System gehalten und können für die Herstellung neuer Böden verwendet werden. „Nicht ohne Grund passen wir mit unserem Produkt optimal ins Konzept der BOE“, sagt Silke Hüsgen, Director Sales & Marketing bei Fotoboden. „Jedes Jahr drucken wir eine neue kreative Bodenfläche als optisches Highlight in Halle 4. Die qualitativ hochwertigen Besucher, die uns alljährlich aufsuchen, bestätigen unseren Eindruck.“

Angestoßen wurde das Recycling-Projekt von der ESG Einkaufsgesellschaft, Rheda-Wiedenbrück, der seine ursprünglich als Hausmesse aufgesetzte ESG Connect erneut im Rahmen der BOE durchgeführt hat. Auf dem ESG Gemeinschaftsstand von gut 1.100 Quadratmetern mit neuem Standort in Halle 5 präsentierten sich 40 Lieferanten rund um Messe- und Eventbau, was von Einkäufern als hilfreiche Konzentration und zentraler Anlaufpunkt gut angenommen wurde. Zudem konnte die Fläche vom starken Zulauf zum angrenzenden Forum Technology & Scenography mit seinen Fachvorträgen profitieren. „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“, zeigt sich Silke Schulte, Geschäftsführerin der ESG Einkaufs- und Servicegesellschaft, zufrieden. Für zusätzliche Frequenz hatten die Guided Tours gesorgt, die auf dem Stand Station machten und der ESG und ihren Lieferanten die Möglichkeit boten, Einblicke zum Thema Nachhaltigkeit zu geben.

In den Ergebnissen der europäischen Branchenumfrage der Livecom Alliance (LCA) kristallisierte sich neben Emotionalisierung und Digitalisierung ebenfalls Nachhaltigkeit als wichtiges Zukunftsthema heraus. Die vom Rifel-Institut in acht europäischen Mitgliedsländern der LCA durchgeführte Studie wurde von Marten Schramm, Gründer und Geschäftsführer der LCA, im Rah-

men der vormals als Best of Events bekannten BOE vorgestellt. Als größte Herausforderungen für die Zukunft der befragten Eventagenturen ergaben sich die Themen Nachhaltigkeit und Fachkräftemangel. Um den Nachwuchs für die Branche zu begeistern, wurde auf dem Career Hub einiges an Programm geboten, was die große Zahl an Schülern unter den Besuchern, vor allem am zweiten Messetag, gerne annahm.

Für die Planung des Besuchs bot die Messe Dortmund erstmals digitale Unterstützung auf Mobilgeräten an. 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. Zudem konnte eine Liste von Vorträgen in einem persönlichen Zeitplan zusammengestellt werden. Eine weitere Neuerung der 2020er Ausgabe war die Angliederung des MBT Meeting-place, der sich zuvor als eigenständige Fachmesse für die Mice- und Business-Travel-Branche in München etabliert hatte. Dem Segment Mice wurde damit noch mehr Gewicht verliehen.

Die meisten Besucher scheinen gefunden zu haben, wonach sie auf der Suche waren, denn sie bewerteten die BOE mit der Note „gut“. Keine Wunder, war das Angebot doch breit und vielfältig. Besondere Anziehungspunkte boten einmal mehr die Caterer mit ihren verführerischen kulinarischen Highlights, köstlichen Kostproben und die stets gut besuchte Culinary Stage.

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. Für einen erneuten Besuch sprachen sich bereits während der Messelaufzeit fast 93 Prozent aus – vier Prozentpunkte mehr als bei der Vorjahresveranstaltung. Und sie können sich den Termin bereits vormerken: Die nächste BOE International findet am 20. und 21. Januar 2021 wieder in Dortmund statt. *kf*

„ Wir wollten für die gesamte Branche einen echten Mehrwert schaffen.

Love A FAIR

When heart meets business. Dann knistert die Luft bei jeder neuen Begegnung. Dann treffen sich Global Player und Local Heroes. Dann eröffnen sich der Welt vor Ort ganz neue Perspektiven. Und Geschäft wird zum Gefühl:

www.messe-duesseldorf.de

Basis for
Business



Messe
Düsseldorf