

# „Gesamterlebnisse spielen eine immer größere Rolle“



Bild: Robin D. Uhlenbruch

Die Messe Dortmund will das Projekt BOE weiter voranbringen. Hauptgeschäftsführerin Sabine Loos (SL) gab im mep-Interview Hinweise zur künftigen Marschrichtung. Das Gespräch führte Thomas P. Scholz.

## mep: Frau Loos, wie beurteilen Sie die bisherige Entwicklung der BOE in Dortmund?

SL: Ich glaube die Messe hat sich positiv entwickelt als Branchen-Treffpunkt und idealer Standort für Geschäftskontakte und Networking. Spannend auch deshalb, weil

NRW der größte Einzelmarkt in Europa ist... Bereiche, die wir aktuell dazugenommen haben, sind Locations und MICE. Und mit dem neuen Eingangsbereich besteht nun ein angemessenes Entree mit kürzeren und effektiveren Wegen.

## Welche Trends machen Sie im Eventmarkt aus?

Nachhaltigkeit und Digitalisierung als große Themen für alle Bereiche. In Verbindung mit der Digitalisierung die Positionierung der Live-Kommunikation mit der Tendenz zu Hybrid-Events. Und schließlich Emotionalisierung.

## Wo sehen Sie weitere mögliche Potenziale?

Die Themen, die wir jetzt abgebildet haben, wollen wir weiterentwickeln. Ganz wichtig ist die Internationalisierung. Mit der Nachhaltigkeit hängt die Minimierung des CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks zusammen. Der FOTOBODEN der Firma visuals united AG, der auf der BOE großflächig zum Einsatz kam, wurde z.B. anders als auf vielen anderen Messen nicht einfach entsorgt, sondern nach der Veranstaltung vom Unternehmen zurückgeführt und recycelt. Auch zum Thema Food, Stichwort Weiterverwertung von Lebens-

mitteln, machen wir uns Gedanken.

## Was ist die Zielsetzung für die nächsten Jahre?

Die Anforderungen an Events werden immer höher. Damit stellt sich besonders die Frage der Erfolgskontrolle, also wie messe und kontrolliere ich Live-Kommunikation. Es geht um die Steigerung des Mehrwerts der Live-Kommunikation und damit die Schaffung eines nachhaltigen Erlebnisses, um Alleinstellung zu generieren! Dabei werden Big Data, d.h. die Verknüpfung aller Elemente, eine maßgebliche Rolle spielen.

## Ihr Fazit?

Vertrauensbildung und Aktivierung von Kunden funktioniert mit keinem Format so gut wie mit Messen, Kongressen und Festivals. Das Gesamterlebnis spielt eine immer größere Rolle.

Wir bedanken uns für das Gespräch.

## Zum zweiten Mal „BrandEx Festival“

Der Anspruch ist groß, der Rahmen ebenso. Rund 80 nationale und internationale Redner belebten am 14. Januar, dem Vortag der Messe BOE International, insgesamt neun Bühnen in vier Themenbereichen. Am Abend folgte die Verleihung der BrandEx Awards in den Kategorien Architecture, Event, Crossmedia, Planning-Craft-Production sowie Fresh. Insgesamt 51 Preisträger

durften ihre Auszeichnung in Gold, Silber oder Bronze mit nach Hause nehmen. Auf besondere Begeisterung stieß der Branchen-Nachwuchs, der sich komplett unserem westlichen Nachbarn widmete: Den *Best Fresh Juniors Award* in Gold gewann das Konzept #FranceUnfiltered – all for the moment von Tian Lu, Uniplan GmbH & Co. KG. Silber ging an Whynotfrance – Wir räu-

