

Gehen jetzt die Lichter aus?

Die Messe- und Eventwirtschaft erlebte einen durchwegs positiven Veranstaltungssommer; auch für den Herbst sind die Auftragsbücher voll. Doch Energiekrise, Personalmangel und ein Wiederaufflammen der Pandemie bedrohen den Erfolg.

Von **Urs Seiler**

Die Messe- und Eventwirtschaft hat im Sommer 2022 einen veritablen Boom erlebt – auch wegen der durch Covid-19 verursachten Verschiebungen von Veranstaltungen und der daraus folgenden Terminballung. «Wir waren noch nie so beschäftigt», sagt Alessandro laneselli von der Kreativagentur Gruber & laneselli. Auch bei Messerli Live brummt das Geschäft. «Das Herbstgeschäft 2022 mit Messen und Events stimmt uns sehr positiv. Wir sind praktisch ausgebucht», sagt Daniel Wyss, Verkaufsleiter bei Messerli Live. «Erfreulich ist vor allem, dass wir auch mit Geschäften in den jüngeren Business Units wie Brand Spaces oder Digital Experience an Fahrt gewinnen.»

Die Suche nach erfahrenen Fachkräften ist anspruchsvoll und schwierig. «Aktuell ist unser Team aber auf dem Niveau von vor Covid-19»,

sagt Michael Dancsecs, Partner bei der Eventagentur Standing Ovation. Jeannette Bours, COO von Gruber & laneselli, ergänzt: «Die Personalfluktuationsrate im 2021 war hoch. Es ist nicht angenehm, zuschauen zu müssen, wie Teammitglieder weiterziehen.» Und Carole Ramuz, Inhaberin der Eventagentur Brand Soul, fasst es so zusammen:

«Droht erneut ein Szenario mit Verboten für die Eventwirtschaft?»

«Die Personalpolitik ist wegen verschiedener Ansichten und Ängsten während der Covid-19-Phase nicht einfach zu handhaben. Dank der Massnahmen des Bundes hatten wir aber kaum Abgänge.»

Und die Messeveranstalter?

Die Live-Kommunikationswirtschaft kann also nach Covid-19 wieder zuversichtlicher in die Zukunft schauen. Aber wie sieht es bei den Messeveranstaltern aus?

Die Bernexpo Gruppe wurde durch Corona in eine wirtschaftlich schwierige Lage katapultiert. Dank Kurzarbeitsgeldern konnte der Personalabbau aber in Grenzen gehalten werden. Die erstmals seit dem Jahr 2019 durch-



NACHGEFRAGT

«Löhne steigen wegen personeller Engpässe»

Coople ist Europas grösste digitale Plattform für den Personalverleih in den Bereichen Gesundheit, Gastronomie, Hotellerie, Detailhandel, Aviatik, Logistik, Events und Promotion sowie im kaufmännischen Sektor. Yves Schneuwly, Group Chief Commercial Officer, zur dramatischen Personalknappheit auf Messen und Events

M&K Yves Schneuwly, welchen Schaden hat die Pandemie den Messe- und Eventunternehmen und Coople als Job-Drehscheibe in der Live-Kommunikation zugefügt?

YVES SCHNEUWLY Verständlicherweise hat die Messe- und Eventbranche stark gelitten. Bei Coople konnten wir während der Pandemie rasch reagieren und unseren temporären Mitarbeitenden zeitnahe Jobalternativen, nicht zuletzt in der Pandemiebekämpfung, in Test- und Impfzentren anbieten.

Personelle Abgänge während der Pandemie führen nun zu anderen Personalproblemen. Wie schätzen Sie das ein? Personelle Engpässe entstehen, weil jetzt, nach Abflachen der pandemischen Lage innerhalb



Yves Schneuwly, Group Chief Commercial Officer bei Coople

kürzester Zeit, zu viele Grossevents gleichzeitig durchgeführt werden. Der digitale Ansatz von Coople und der Pool mit über 500 000 Arbeitskräften ermöglichen es uns häufig, offene Einsätze rasch zu besetzen.

Inwiefern führt die Personalknappheit zu höheren Preisen in der Messe- und Eventwirtschaft?

Der Fachkräftemangel ist auch in der Messe- und Eventwirtschaft ein brandaktuelles Thema. Wir sehen Veränderungen insbesondere bei gelerntem Fachkräften, welche noch intensiver gesucht werden – zum Beispiel Eventtechniker oder Servicefachpersonen und Köche, welche auf Messe- und Eventveranstaltungen eingesetzt werden. Hier steigen die Stundenlöhne an, da die favorisierten Arbeitskräfte automatisch mehr Jobs zur Auswahl haben.

geführten Messen «BEA» und «Blech» wiesen 2022 sogar rekordhohe Besucherzahlen auf. Neu lanciert wurde die Messe «Spacio 23, neue Fachmesse für Intérieurs», ehemals «Heimtextilsuisse».

Anfang 2021 hatten die Olma Messen noch bekannt gegeben, zwei Eigenmessen einzustellen. Mit dieser Entscheidung war auch ein Personalabbau verbunden. Aber: «Seit der Wiederaufnahme des Messe- und Eventgeschäfts wurden bereits wieder mehr Mitarbeitende als Anfang 2021 beschäftigt», sagt CEO Christine Bolt. Mit der «Gastia» wurde sogar eine neue Fachmesse für Gastronomie und Hospitality ins Leben gerufen.

Relativ optimistisch ist man bei der MCH Group in Bezug auf den «stürmischen» Messeherbst 2022. «Wir stellen fest, dass in einzelnen Bereichen die Rekrutierung aufwendiger geworden ist und länger dauert, was aber längst nicht nur

auf die Live-Kommunikationsbranche zutrifft. Wir gehen davon aus, dass alle unsere Events wie geplant durchgeführt werden können» sagt ihr Pressechef Emanuel Kuhn. Claude Membrez, CEO Palexpo, erklärt die Situation so: «Wir haben etwa 20 Prozent unseres Personals verloren. Jetzt wollen wir sie ersetzen, aber es ist nicht einfach, gute Leute zu finden.»

Daniel Wyss, Verkaufsleiter bei Mes-serli Live, drückt es so aus: «Die Personalsituation bleibt herausfordernd. Wir haben unseren Personalbestand während Corona nur minimal heruntergefahren und sind heute froh darüber. Wir sind nun praktisch wieder vollzählig unterwegs.»

Nach wie vor angespannt ist die Situation beim Montagepersonal. Ähnlich wie im Gastrobereich sind während des langen, durch Covid-19 verursachten Berufsverbots zahlreiche Mitarbeitende in andere Branchen abgewandert. Urs Bischoff, Inhaber des Messebau- und Digitaldruckunternehmens Bexpo in Marthalen, sieht weder eine Krise noch einen Handlungsbedarf. «Wir haben im 2022 sechs Leute eingestellt. Unsere erste Priorität liegt darin, die bestehenden Kunden gut zu bedienen. Der Personalengpass löst sich im Jahr 2023 wieder, wenn die momentane Ballung an Messen und Events entfällt», folgert er.

Wenn sich der Auftragswind dreht: Vom Kunden- zum Anbietermarkt

Die Personalknappheit verursacht eine völlig neue Situation in der Branche. Wo früher ein erbitterter Wettbewerb der Dienstleister – Messebauunternehmen, Eventagenturen, Medientechnikdienstleister – herrschte, der häufig über den Preis geführt

«Es wäre naiv, sich jetzt nicht auf drohende Szenarien vorzubereiten.»



Michael Dancsecs. Folgerung: Die Messe- und Eventdienstleister befinden sich zum ersten Mal überhaupt seit dem Boom der Veranstaltungswirtschaft in den Neunzigerjahren des letzten Jahrhunderts am Steuer, was ihr Angebot betrifft. «Wir gehen davon aus, dass unsere Auftraggeber ihre Budgets im 2023 nach oben anpassen werden. Studien haben gezeigt, dass Messe- und Eventaktivitäten teilweise bis zu 49 Prozent teurer geworden sind als im 2019» schätzt Michael Dancsecs.

Geht der Messe- und Eventwirtschaft das Licht aus?

Christoph Kamber ist Präsident des Branchenverbandes Expo Event Suisse LiveCom Association. Er macht seit Covid-19 intensives Lobbying in der regionalen und nationalen Politik. Die Live-Kommunikationswirtschaft hat seither zum ersten Mal die notwendige Aufmerksamkeit in der Öffentlichkeit und in der Politik erfahren. Aber jetzt kommt die nächste, mit Covid-19 vergleichbare Herausforderung, und sie heisst Energieknappheit. «Wir erhalten im Verband täglich zahlreiche Telefonate von Mitgliedsfirmen, die nicht wissen, was mit den Bewilligungen für ihre Veranstaltungen im Herbst und ihren erbrachten Vorleistungen geschieht, wenn wir im Herbst plötzlich Strommangel haben», sagt der Präsident von Expo Event. Und ergänzt: «Es wäre naiv, sich jetzt nicht auf drohende Szenarien vorzubereiten.»

Die Antizipation einer schlimmstmöglichen Situation geht Christoph Kamber, wie schon während Covid-19, mit der damals neu formierten Allianz zahlreicher Verbände im Veranstaltungsbereich an. Man wird sich als Verbandsallianz proaktiv an die Politik und wichtige Bundesämter wenden, um rechtzeitig mit den Anliegen gehört zu werden. Droht erneut ein Szenario mit Veranstaltungsverbots für die Eventwirtschaft? «Ich glaube nicht, dass es so weit kommen wird, weil wir eine andere Situation als die durch die Pandemie verursachte haben. Unsere Branche ist ja nicht mehr an Leib und Leben bedroht», so Kamber.

wurde, nehmen heute die meisten Dienstleister wegen der grassierenden Personalsituation keine neuen Kunden mehr an, weil man schon mit Stammkunden nur noch knapp über die Runden kommt. «Wir möchten zuerst unsere treuen Stammkunden bedienen», unterstreicht Daniel Wyss. «Neukunden prüfen wir immer sehr gerne, allerdings scheitern viele Anfragen momentan an der Kurzfristigkeit oder an unrealistischen Budgets. Live-Com-Projekte sind heute teurer als vor der Pandemie, dieses Bewusstsein ist noch nicht überall angekommen und spielt sich erst langsam ein.» «Da wir neue Anfragen ungern abweisen, befinden wir uns in einer komplexen Situation. Anfragen, welche unsere Ressourcen überschreiten, lehnen wir deswegen von vornherein ab», sagt Carole Ramuz. «Wir versuchen, allen Anfragen gerecht zu werden, aber es ist vorgekommen, dass wir Anfragen abgelehnt haben oder an passende Partner weitervermittelt haben», bestätigt