



Nationale und internationale Messen

Tourismus, Wissenschaft und Arbeit

Durch meine häufigen Teilnahmen an Fachmessen, insbesondere in Europa, habe ich viel Erfahrung gesammelt. Die internationalen Messen unterscheiden sich in Bezug auf Größe, Aussteller und Besucher. Ich habe in den letzten 50 Jahren über hundert von ihnen besucht, die letzte war die ATM in Dubai vom 1. - 5. Mai 2007. "From Souk of Ikaz to the international Fairs" heißt mein Artikel, den ich 1984 in der Zeitschrift "Al Hidha" (Der Schuh) über die internationalen Messen geschrieben habe. Es ist jetzt fast 25 Jahre her, dass ich die Zeitschrift herausgegeben habe. Das Messewesen hat sich seitdem grundlegend revolutioniert.

Messbau und Messeorganisation sind zu einer international vernetzten Industrie mit brancheneigenen Speziallösungen geworden. Für die Branche ist ein internationaler Dachverband tätig, es gibt Spezialequipment und -software, sowie eine kontinuierliche Marktforschung und -beobachtung, die die Organisation, die Investments und das Marketing ständig optimieren.

Ein Messebesuch ist nahezu für jeden vorteilhaft. Unter den Oberbegriffen: Tourismus, Wissenschaft und Arbeit will ich sie im Folgenden herausstellen und ihre positiven Aspekte für die Persönlichkeitsbildung und -entwicklung, den Lebensstil und die Arbeitsweise

beleuchten. Was immer man im Messewesen investiert, sei es Arbeit oder Geld, es wird früher oder später Früchte tragen.

Messebesucher sind naturgemäß an Industrie und Forschung interessiert oder wollen sich in ihren Fachgebieten weiterbilden. Die internationalen Messen sind eine wichtige Größe im Tourismus.

Für Besucher wie Aussteller sind die Spezialisierung der Messen, die jeweiligen Gastländer, ihre Geschichte und der Wettbewerb innerhalb der einzelnen Fachgebiete von Bedeutung. Die Möglichkeit eines Misserfolges für Teilnehmer und Aussteller ist nicht außer Acht zu lassen, insbesondere bei einkommensschwächeren Teilnehmern kann sich der Besuch gänzlich als falsch erweisen. Auch wenn ich jeden immer wieder zum Besuch oder zur Teilnahme an Messen ermutige, warne ich vor jeder Versuchung, abenteuerlich in sie zu investieren und sich davon gute Ergebnisse zu versprechen – eine ernstzunehmende Gefahr, trotz des Erfahrungs- und Wissensgewinns, der unabhängig vom finanziellen Erfolg ist.

Tourismus

Messebesucher kommen aus allen Herren Ländern. Bei den großen internationalen Messen gibt es diverse Tourismusangebote für Teilnehmer und Besucher:

- Auf dem Weg durch die Messehallen hat der Besucher Gelegenheit, Menschen aus aller Welt kennen zu lernen.
- Viele Messeveranstalter bieten Meetings, Empfänge, organisierte Stadtführungen und sogar Touren ins Umland an.
- Durch individuelle Stadtbearbeitungen oder die Teilnahme an geführten Touren erfährt man viel über das Gastland.
- Gastfreundschaft und Einladungen von lokalen Tourismusorganisationen sollte man nicht ausschlagen.

Wissenschaft

- Der Besucher einer Messe kann in jedem Fall sein Wissen erweitern. Dies gilt insbesondere für Besucher, die in ihrer Eigenschaft als Experten und Forscher in ihrem Spezialgebiet vor Ort sind. Sie können ihr Wissen durch die regelmäßige Teilnahme an den gleichen oder ähnlich gelagerten Messen ständig erweitern.
- Im Vergleich zum Vorjahr bringen die vorgestellten wissenschaftlichen und technologischen Innovationen den Besucher auf dem neusten Stand und schaffen damit bessere Entscheidungsgrundlagen für seine zukünftige Arbeit zu Hause.
- Aussteller setzen all ihre Anstrengungen daran, die Vorteile ihrer Produkte oder Dienstleistungen herauszustellen. Es gibt kein Monopol auf wissenschaftliche Erkenntnisse, und sie werden dem Besucher nicht vorenthalten.

Die Arbeit

Jede unternehmerische Tätigkeit muss einen materiellen Nutzen haben, z. B. den Absatz und Einkauf von Waren und Dienstleistungen. Während der Messen ergeben sich viele Gelegenheiten gute Konditionen auszuhandeln, die nur selten auf anderem Weg erreicht werden können.

- Die Produktion preiswerter Qualität ergibt sich aus der internationalen Konkurrenz, die jeden Tag zunimmt.

- Hier sieht man die neuesten Produkte und Dienstleistungen schon vor der Markteinführung.

- Anregungen und Ideen von Fachbesuchern und Ausstellern wirken sich vorteilhaft auf Produkte und Herstellungsmethoden aus.

- Messen bieten Lösungen für die Vermarktung und den Vertrieb. Sie umfassen den Absatz vor Ort oder die Suche nach Partnern für Design, Produktion und den Aufbau einer Marketing- und Vertriebskette. Nationale Zwischenhändler, Einzelhändler, internationale Agenten und Großhändler können den Kontakt zum Endverbraucher aufbauen, Marketingfachleute dafür sorgen, dass die Bedürfnisse geweckt werden.

- Messen sind v. a. ein Forum für die führenden Unternehmen und Entscheidungsträger der Branche und nicht der Ort an dem der Warenfluss zum Endverbraucher oder Einzelhändler erfolgt.

- Um von einer Messe zu profitieren, ist es notwendig, sich darauf vorzubereiten. Die Früchte werden oft nicht während der Messetage geerntet. Es geht viel mehr darum die Messevereinbarungen im Nachhinein umzusetzen und zu konkretisieren.

- Der Messesektor hat eine wichtige Funktion für die Weltwirtschaft. Ohne ihn hätte sich der weltweite Handel so nicht entwickeln können. Er ist der erste Schritt zur Globalisierung und dem Zusammenwachsen der Nationen.

Kurze Analyse der Al Moltaqa Messe in Dubai

Die Al Moltaqa ist schon lange keine einfache Tourismusausstellung mehr. Viele Bereiche sind im Laufe der Jahre hinzugekommen. Im Folgenden werden die wichtigsten kurz vorgestellt:

Dubai ist Vorreiter im Shopping Tourismus. Mittlerweile sind viele Destinationen diesem Trend gefolgt. Das Emirat Dubai verfügt über einen der lukrativsten Märkte der Welt: Luxusgüter wie Gold und Juwelen, Kleidung und Haushaltsgegenstände, Markenartikel von höchster Qualität sind genauso zu haben wie gewöhnliche Produkte zu erschwinglichen Preisen.

Medizintourismus

Länder wie Deutschland, Österreich und die Tschechische Republik förderten den Medizintourismus durch die Präsentation thermaler Heilbäder und Kliniken. Medizinprofessoren hielten Vorträge aus ihrem Fachgebiet und erläuterten Behandlungsmöglichkeiten. Weiterführende Informationen können Sie meinem Artikel: "Medizintourismus" in der Ausgabe 5/2003 entnehmen, indem ich ein noch heute gültiges Konzept für diesen Sektor des Tourismus erarbeitet habe.

Tourismusresidenzen und -dörfer

Ein weiteres Thema der Messe war der Trend zur Errichtung von Tourismusresidenzen. Ihre Dimensionen und die vielversprechenden Perspektiven habe ich bereits in meinem Artikel "Reisetourismus oder Residenztourismus" in Ausgabe 21/2006 erläutert. Die großen Tourismuskonzerne entwerfen auf dem Reißbrett ganze Siedlungen und Gebiete nur für Touristen. Ein auf der Messe präsentiertes Appartement im Wert von einer Million Dirham (VAE) zeigt, dass das Preisniveau dabei nach oben offen ist.

Weltraumtourismus

Eine der Überraschungen auf der Messe war die Präsentation des britische Virgin Konzerns, der im Bereich Bahn- und Flugzeugreisen angesiedelt ist, sich aber als Anbieter von Weltraumflügen vorstellte. Die Messebeteiligung mit großem Informationsstand und Pressekonferenz verfolgte dementsprechend das Ziel den exklusiven Weltraumtourismus zu vermarkten.

Shopping Tourismus

Dubai ist Vorreiter im Shopping Tourismus. Mittlerweile sind viele Destinationen diesem Trend gefolgt. Das Emirat Dubai verfügt über einen der lukrativsten Märkte der Welt: Luxusgüter wie Gold und Juwelen, Kleidung und Haushaltsgegenstände, Markenartikel von höchster Qualität sind genauso zu haben wie gewöhnliche Produkte zu erschwinglichen Preisen. Einkommensschwache Gruppen kaufen zumeist in den chinesischen "Dragon Markets", eine Kette, die mit dem mythischen Drachen wirbt.

Fazit: Weil die Einnahmen im traditionellen Tourismus, der sich nur auf die Unterkunft und Reise beschränkt, in der Regel anteilig geringer ausfallen, positioniert sich die Messe in Richtung der oben aufgeführten Sparten. Medizintourismus, Residenz- und Shopping Tourismus haben größere Gewinnmargen und bedienen die Bedürfnisse von all jenen, die ihre Gesundheit und ihr Wohlbefinden steigern wollen.

Die Angebote in diesen Bereich werden immer zahlreicher. Für die neuen Sparten entstehen sogar eigene Messen.

Weiterführende Informationen und eine Darstellung der Entwicklung und der Perspektiven des Tourismus, finden Sie in meinem Buch "Tourism Prospects", das die Artikel enthält, die in ITM erschienen sind, ein Nachschlagewerk für alle, die in der Tourismusbranche oder als Lehrkraft arbeiten.

Möge uns Gott erfolgreich leiten

A. S. SHAKIRY