



© Dieter Dänzer

Die europäische Landtechnik-Messelandschaft in Aufruhr

Agritechnica, quo vadis?

Liebe Leserinnen und Leser,

nicht erst seit dem Auftreten von SARS-CoV-2 wird über die europäische Messelandschaft für die Landtechnikbranche diskutiert. Die Corona-Pandemie hat jedoch dazu geführt, dass die Diskussionen nun wesentlich heftiger und noch viel kontroverser geführt werden. So befeuern die über die Jahre hinweg geradezu explodierenden Kosten der Landtechnik-Leitmessen in Hannover, Paris und Bologna schon lange die Auseinandersetzungen zwischen den Messeveranstaltern und den Landtechnikherstellern über praktikablere Ausstellungsintervalle. Wobei es beim Thema Kosten mitnichten nur um die von Messe zu Messe überdurchschnittlich steigenden Quadratmeterpreise Ausstellungsfläche geht, sondern auch um alles drumherum. Als mit die größten Einzelposten wären da die völlig ausufernden Übernachtungs- und Bewirtungskosten in den Messestädten zu nennen.

nennen.

Und die Vorstöße der Herstellerverbände haben auch etwas bewirkt: beispielsweise hatten sich die Veranstalter der EIMA in den paneuropäischen Verhandlungen von einem jährlichen zu einem zweijährigen Intervall bewegen lassen. Auch die Terminierung im November zwischen der EuroTier und der EIMA wurde aufeinander abgestimmt. Wobei derartige Positionierungsgespräche zumindest hinter den Kulissen nicht geräuschlos ablaufen. Das letzte Mal auch für Außenstehende vernehmlich gekracht hat es, als die Veranstalter der SIMA im Frühjahr 2019 bekanntgaben, dass die nächste Messe nicht im Februar 2021, sondern im November 2020 in Paris stattfinden solle – sie nahmen damit bewusst eine Terminkollision mit der EIMA in Kauf.

Da sich aber schon vor Monaten herauskristallisierte, dass keine der drei Messen im November 2020 stattfinden können, fing es nun „richtig zu knirschen im Gebälk“ an. Zunächst wollten alle drei auf einen Termin im Frühjahr 2021 ausweichen. Nachdem sich jedoch abzeichnete, dass auch da keine physische Messe möglich sein wird, könnte es nun zum großen Messe-Showdown kommen: die nächste EIMA soll nämlich außerplanmäßig vom 19. bis 23. Oktober 2021 stattfinden und die Agritechnica wie geplant vom 14. bis 20. November 2021. Die SIMA hat sich frühzeitig dahingehend festgelegt die Hallentore vom 6. bis zum 10. November 2022 öffnen zu wollen – man beteiligt sich also gar nicht mehr an dem Roulette Spiel, ob sich in 2021 Corona-bedingt eine Messe im bislang üblichen Format durchführen lassen wird, überspringt einen Ausstellungszyklus und versucht sich nun doch an dem für sie neuen Novembertermin. Auf der SIMA-Homepage ist zu lesen, dass diverse renommierte Hersteller diese Entscheidung begrüßen. Allerdings ist dadurch die Terminkollision mit der EIMA noch nicht vom Tisch, denn die nächste reguläre Messe in Bologna soll wieder im Rhythmus, sprich im November 2022 stattfinden. Auch die Italiener haben mit dieser Bekanntgabe gleichzeitig ihren Claim abgesteckt – und wären für den Fall der Fälle auf der sicheren Seite, sprich, wenn in 2021 immer noch keine physische Messe möglich sein sollte.

Die DLG setzt hingegen auf eine All-In-Strategie in dem Messe-Wettbewerbsszenario, sprich zum einen auf eine rein Digitale Messe wie sie vom 9. bis 12. Februar mit EuroTier und Energy Decentral durchgezogen werden soll, oder aber frühzeitig auf die Agritechnica als eine Hybrid-Messe. Wobei aus der Branche zu dem Anspruch der DLG „We are platform makers!“ keine pure Begeisterung und Zustimmung zu hören ist.

So bekam ich in den letzten Wochen und Monaten in vielen Gesprächen zu hören, dass man eigentlich keine Online-Plattform eines Messeveranstalters benötigen würde, um sich den Kunden virtuell zu präsentieren. Ein nüchterner Zahlenvergleich scheint diese verbalen Bekundungen zu bestätigen: hatte die DLG für die EuroTier in 2018 noch 2.597 Aussteller und 155.000 Besucher vermeldet, so werden für die rein digitale Version im Februar 2021 nur 1.437 Aussteller ausgewiesen, darunter 192 für die EnergyDecentral, 445 mit Produktprofilen, 168 Marken- und Querverweise sowie 67 Digital Media Previews.

Wobei es in allen meinen Gesprächen überhaupt keine zwei Meinungen gab, wenn es um die Bedeutung der Agritechnica als der weltweit bedeutendsten Landtechnikmesse mit zuletzt 2.803 Ausstellern ging – und dass die Qualität der Kontakte bei einer persönlichen Begegnung niemals durch eine digitale Messebeteiligung erreicht werden könnten. Unisono waren aber auch alle Gesprächspartner der Meinung, dass in 2021 keinesfalls eine Agritechnica wie in 2019 mit rund 450.000 Besuchern möglich sein wird. Die DLG selbst hat im Übrigen anlässlich ihres „Digital Marketing Day: Agritechnica 2021“ vor ein paar Tagen den Teilnehmern eine Hochrechnung von maximal 330.000 Tagesbesuchern präsentiert, also einschließlich des Ausstellersonnals – bei Einhaltung des momentan geplanten Schutzkonzeptes. Die Geister scheiden sich jedoch diametral, wenn es um die Frage geht, welche Konsequenzen schon jetzt weniger erwartete Besucher für die Budgetplanungen der Aussteller haben: die Bandbreite reicht von „wir planen mit dem gleichen Budget wie 2019“ über „da wir mit maximal der Hälfte der Besucher rechnen, planen wir auch nur mit maximal der Hälfte des letzten Agritechnica-Budgets“ bis hin zu „wir können uns einfach keine Alternativ-Planungen leisten, deshalb wäre uns am liebsten, wenn die Agritechnica in 2021 aussetzen würde, ein vierjähriger Veranstaltungszyklus würde im Übrigen sowieso der heutige n Zeit eher gerecht werden“. Wobei die Gerätehersteller generell daraufverweisen, dass ihre Leadgenerierungskosten für Neukunden und die Kosten für

verweisen, dass ihre Leadgenerierungskosten für Neukunden und die Kosten für die Pflege der Bestandskunden im Vergleich mit den Fulllinern durch die Messebeteiligungen schon immer deutlich höher gewesen wären.

Die Medaille hat natürlich auch eine zweite Seite die es zu betrachten gilt: alle Messerveranstalter dieser Welt wurden durch Corona zu einer Vollbremsung bis hin zum absoluten Stillstand gezwungen. Ihnen laufen nun schlichtweg die Kosten davon. So war Anfang Dezember zu lesen, dass eine Insolvenz der Deutschen Messe AG, sprich der Hannover Messe, erst nach zähen Verhandlungen und im letzten Moment verhindert werden konnte. So übernehmen das Land Niedersachsen und die Stadt Hannover als Hauptanteileseigner der Messe jeweils Bürgschaften in Höhe von bis zu 65 Millionen Euro, investieren zusätzlich gemeinsam 20 Millionen Euro und verzichten bis zum Jahr 2030 auf Dividenden. Zur Sanierung sollen des Weiteren Messe-Immobilien im Wert von rund 15 Millionen Euro veräußert und die Mitarbeiterzahl von 740 auf 525 reduziert werden. Wie die Finanzlage in den Häusern der drei Veranstalter Comexposium (SIMA), DLG (Agritechnica) und FederUnacoma (EIMA) aussieht, darüber kann nur spekuliert werden.

Fakt ist, dass das Jahr 2020 die Branche der Live-Kommunikation auf den Kopf gestellt hat und plötzlich weitere, andere Kompetenzen gebraucht werden. Aber es lassen sich auch nicht einfach neue Konzepte für andere Wege der Markendarstellung, den Imageaufbau und die Leadgenerierung aus den Ärmeln schütteln. Wobei man schon jetzt Unternehmen findet mit einem integrierten Marketing-Mix, in dem der physische Messeauftritt zwar ein Leuchtturm ist, der ihren Weg weist. Sie verbreiten daneben aber auch Content über andere Kanäle und praktizieren kontinuierliches Storytelling. Grundsätzlich muss sich jedes Unternehmen bewusst machen, welche Urgewalt von der Digitalisierung ausgeht, die mit jedem neuen Lockdown und durch die Tatsache zunimmt, dass alle Politik nur noch Corona-Politik ist. „Überall dort, wo diese Urgewalt erst unterschätzt und dann ignoriert werde, komme es zur Zerstörung gut bezahlter Jobs in der Mitte der Gesellschaft, zur Abwertung bisher profitabler Industrien und schließlich zum Abstieg ganzer Staaten. Diese Kraft befalle nicht die Atemwege, wohl aber die Herzkranzgefäße der Industriegesellschaft“, habe ich letzstens irgendwo aufgeschnappt. Was den Übergang vom physischen in den digitalen Raum betrifft, befinden sich natürlich nicht nur die Messen noch in einer sehr frühen Phase ihrer Lernkurve. Es wird in den kommenden Wochen, Monaten und Jahren spannend zu beobachten sein, bei wem diese Lernprozesse schnell genug ablaufen – welche Unternehmenslenker es mit dem zweifachen Weltrainer Jürgen Klopp halten und rechtzeitig lernen „sich von Experten helfen zu lassen“.

Da Weihnachten unmittelbar vor der Tür steht, möchte ich Ihnen auch im Namen der gesamten Teams der agrarzeitung und des New Ideas Think Tank besinnliche, aber dennoch frohe und erholsame Feiertage im Kreise Ihrer Lieben sowie einen guten Rutsch ins neue Jahr wünschen – und vor allem: Bleiben Sie gesund!

Ihr

Dieter Dänzer



© Foto: Ritchie Bros.

az+ Landtechnik-Auktion

Voller Erfolg in Meppen

Die Online-Veranstaltung von Ritchie Bros. hat Rekordzahlen gebracht. Am 11. März 2021 geht es mit dem Format weiter. [Mehr >](#)



az+ Geschäftsbilanz

Väderstad legt neues Rekordjahr hin

Der schwedische Landtechnikspezialist wirtschaftet

© Foto: Väderstad

2020 sehr erfolgreich. Gewinn und Umsatz entwickeln sich erfreulich. [Mehr >](#)



© Foto: Claas

az+ Saisonbilanz

Claas mit Rekordumsatz

Der Landtechnikkonzern wächst im Krisenjahr profitabel. Vor allem die Geschäfte in Russland und Nordamerika erfreuen. [Mehr >](#)



© Foto: John Deere

az+ November-Statistik

Traktoren rege geordert

Der Schleppermarkt zeigt sich weiter von seiner besten Seite. Die Zulassungszahlen liegen über Vorjahr. [Mehr >](#)

agrarzeitung

Verantwortlich für den Inhalt ist
die Redaktion von agrarzeitung.de
Anregungen & Kommentare an redaktion@agrarzeitung.de

Copyright

© Deutscher Fachverlag GmbH
Mainzer Landstraße 251
60326 Frankfurt am Main

Geschäftsführung

Peter Esser (Sprecher), Sönke Reimers (Sprecher), Markus Gotta, Peter Kley

Aufsichtsrat

Andreas Lorch, Catrin Lorch, Peter Ruß, Angela Wisken

Registergericht

AG Frankfurt am Main, HRB 8501

UStIdNr. DE 114139662

Diese Mail wurde an folgende Adresse verschickt: dieter.daenzer@t-online.de
Zum Ändern Ihrer Bezugsdaten oder Abbestellen des Newsletters klicken Sie bitte [hier](#).

Sie möchten diesen Newsletter kostenlos erhalten? Klicken Sie bitte [hier](#).