Weiterentwicklung der Parts2clean

Wachstum auf nationaler und globaler Ebene

Seit 2013 ist die Deutsche Messe AG Veranstalter der Parts2clean. JOT sprach mit Olaf Daebler, Abteilungsleiter Oberflächentechnik bei der Deutschen Messe über die Ziele des neuen Veranstalters.

Herr Daebler, was hat die Deutsche Messe zum Kauf der parts2clean bewogen?

Die Parts2clean ist eine starke Fachmesse im Bereich der Oberflächentechnik und ergänzt unsere Veranstaltungen SurfaceTechnology und O&S optimal. Außerdem sehen wir bei der Parts2clean ein großes Wachstumspotenzial.

Welche Konsequenzen hat der Wechsel des Veranstalters für die Betreuung der Aussteller?

Die Betreuung der Aussteller bleibt zur Veranstaltung 2014 in den Händen der FairXperts GmbH, dem bisherigen Veranstalter. Selbstverständlich findet eine kontinuierliche Abstimmung zwischen FairXperts und der Deutschen Messe AG statt. Wir haben damit einerseits eine Kontinuität in der Ausstellerbetreuung sichergestellt. Andererseits unterstützen wir FairXperts, insbesondere bei der Ansprache ausländischer Aussteller, über unser internationales Vertriebsnetz. Außerdem wurde die diesjährige SurfaceTechnology bereits als Plattform genutzt, um potenzielle Aussteller und Besucher auf die parts2clean aufmerksam zu machen.

Und wie schaut es nach der Parts2clean 2014 aus?

Ab der Veranstaltung 2015 wird die gesamte Ausstellerbetreuung direkt durch die Deutsche Messe erfolgen. Das bedeutet dann aber nicht, dass alles anders wird. Wir orientieren uns auch an dem, was FairXperts bereits zum Erfolg geführt hat.

Sie haben sich zum Ziel gesetzt, die Parts2clean weiter auszubauen. Was haben Sie vor?

Um die Messe auf internationaler Ebene weiterzuentwickeln, nutzen wir un-

ser internationales Vertriebsnetz von Vertretungen und Tochtergesellschaften, um ausländische Aussteller anzusprechen. Die zeitgleiche Veranstaltung von O&S und Parts2clean im kommenden Jahr ist ein weiterer Schritt, um mehr Internationalität gerade auch auf der Besucherseite zu erreichen?

Welche Maßnahmen sind auf Besucherseite noch geplant?

Um die Besucherzahlen zu erhöhen, setzen wir unser professionelles Besuchermarketing ein, das international ausgerichtet ist. Dieses Instrument wirkt in zwei Richtungen. Zum einen ermöglicht es unser weltweites Netzwerk von Multiplikatoren, neue Besucherzielgruppen anzusprechen. Zum anderen erreichen wir durch ein umfassendes, internationales Dialogmarketing die bestehenden Besucherzielgruppen unserer anderen Messen.

Sie erwähnten schon, dass Parts2clean und O&S ab 2014 gleichzeitig veranstaltet werden. Was versprechen Sie sich davon?

Die parallele Durchführung von Parts2clean und O&S ist ein sinnvoller strategischer Schritt, aus dem wertvolle Synergien für Aussteller und Besucher resultieren. Es profitieren nicht nur die Aussteller, die bisher auf beiden Messen ausgestellt haben, sondern alle, denn wir erreichen eine deutlich höhere Strahlkraft hinsichtlich der Kommunikation und Wirkung. Außerdem werden die Messen insbesondere für ausländische Besucher noch attraktiver. Klares Ziel ist, den bisherigen Anteil der Besucher aus dem Ausland von zuletzt 21 Prozent bei der Parts2clean und 22 Prozent bei der O&S zu erhöhen. Außerdem sehen wir eine gute Chance, internationale Institutionen aus der Oberflächentechnik als Partner zu gewinnen.

Ist eine Verschmelzung der beiden Messen geplant?

Nein, sowohl die Parts2clean als auch die O&S werden als Messemarken erhalten bleiben. Auch die Ausstellungsbereiche bleiben erkennbar voneinander abgegrenzt. Vorteil ist einfach, dass die Besucher ein umfangreiches Spektrum der Oberflächentechnik, das von der Vorbehandlung und Reinigung bis zur Beschichtung reicht, in Stuttgart antreffen werden.

Ergänzend zu den Ausstellereinformatoren bot die Parts2clean bisher ein erfolgreiches Fachforum. Wird es diese Wissensquelle weiterhin geben?

Selbstverständlich. Und es wird 2013 auch wieder zweisprachig sein. Darin sehen wir ebenfalls einen Baustein die Internationalisierung der Parts2clean voranzutreiben. ds