

Pressekonferenz vom 25. März 2010

Text von Pierre-Yves Schmid, Direktor, SIAMS SA

Sehr geehrte Damen und Herren

Zum ersten Mal in der Geschichte der SIAMS haben wir mitten in einer Wirtschaftsflaute nach Ausstellern gesucht. Im letzten Juni war die Medienpräsenz von einst mehr als nur etwas reduziert und die Aussichten waren von Ungewissheit gezeichnet.

Heute, neun Monate später und wenige Wochen vor der Veranstaltung von 2010, zeigt sich die SIAMS mit insgesamt 451 angemeldeten Firmen als komplett ausgebucht. Wir haben sogar eine kleine Warteliste von rund 10 Unternehmen. Zwar ist die Zahl der Aussteller im Vergleich zu 2008 (um etwa 5.7%) etwas tiefer ausgefallen, aber aufgrund einer leichten Reduktion der Gesamtausstellungsfläche. Nach einer Analyse der Reaktionen der betroffenen Aussteller von 2008 haben wir tatsächlich beschlossen, auf dem Fussballfeld kein Zelt mehr zu errichten. Mit einer Bruttofläche von 3'000 m² hatte diese provisorische Halle 2008 erlaubt, ungefähr 80 Aussteller mehr aufzunehmen, wurde aber weniger besucht als die anderen Hallen, da sie nicht zentral genug lag.

Da wir, als wir die Kampagne zur Ausstellersuche lancierten, nicht in der Lage waren, irgendwelche Vorhersagen aufgrund konkreter Tatsachen zu machen, beschlossen wir, den Ausstellern je nach Tätigkeitssektor Flächeneinschränkungen aufzuerlegen. Diese Entscheidung hatte zwei Ziele: uns zu ersparen, eine provisorische Halle zu erstellen, ohne sicher zu sein, sie auch füllen zu können, was finanziell natürlich nicht gut gewesen wäre; andererseits schlug dieser Beschluss den Ausstellern eine elegante Art vor, wie sie ihre gewohnten Ausstellungsflächen reduzieren konnten, ohne deshalb wirtschaftliche Schwierigkeiten geltend machen zu müssen.

Nach Ablauf der Anmeldefrist, knappe 5 Monate nach der Lancierung der Kampagne, war bereits klar, dass wir auf ein Zelt verzichten konnten. Einerseits trafen die Anmeldungen wie gewohnt ein, andererseits wurden die Flächeneinschränkungen nur in seltenen Fällen missachtet.

Da wir uns bereits gegen die Benutzung des Fussballfeldes entschlossen hatten, gab es ohnehin nicht viele Optionen, ein Zelt einzuplanen. Deshalb wurde der Entladeplatz angrenzend an die neue Halle geplant. Schliesslich, um die Zufahrt der Lastwagen und das Handling draussen nicht allzu sehr zu erschweren, werden nur 60% des Platzes von einem Zelt von 1'350 m² in Anspruch genommen (gegenüber 3'000 m² im 2008, was die erwähnte, etwas geringere Zahl der Aussteller erklärt).

Wir werden also in ein paar Wochen eine SIAMS haben, die eine Nettofläche von 7'370 m² auf drei Etagen der ehemaligen CPT, den zwei Etagen der neuen Halle und in einem Zelt bietet.

Statistische Angaben

Die an der SIAMS präsentierten Hauptsektoren sind:

Werkzeugmaschinen:	24% der Aussteller, gegenüber den 22,5% von 2008
Werkzeuge:	18 % der Aussteller, gegenüber den 16,9% von 2008
Automation:	14%, der Aussteller gegenüber den 12,3% von 2008
Ausrüstungen:	10%, der Aussteller, gegenüber den 13,1% von 2008

Der Sektor Automatendrehen stellt hingegen dieses Jahr 8,6% der Aussteller im Vergleich zu den 7,2% von 2008.

Was nun die Herkunft der Aussteller betrifft, so sind:

94,5% aus der Schweiz

5,5% aus dem Ausland (Frankreich, Deutschland, Spanien, Indien). Hier lässt sich ein leichter Rückgang der Teilnahme ausländischer Firmen im Vergleich zu 2008 feststellen, wo sie insgesamt 8% ausmachten.

Unter den Ausstellern kommen:

zu 54,3%	aus der Westschweiz:	2008 waren es 50,6%
zu 38,8%	aus der Deutschschweiz:	2008 waren es 40,37%
zu 1,55%	aus dem Tessin:	2008 waren es 1,25%

Die Firmen der Region verteilen sich, immer auf der Basis aller Aussteller:

auf dem Berner Jura:	14,1%	2008 waren es 13,6%
auf Biel:	7,5%	2008 waren es 5,3%
auf den Kanton Jura:	8,4%	2008 waren es 7,32%

Zwar schöpft die SIAMS nun, wie bereits erwähnt, in Bezug auf die Aussteller aus dem Vollen, aber natürlich werden die Messebesucher das entscheidende Element für den Erfolg der Messe sein. Um die grösstmögliche Anzahl Messebesucher dazu zu bewegen, die SIAMS aufzusuchen, wurden bedeutende Kommunikationsmittel eingesetzt. Aus diesem Grund sind wir in der Schweiz wie im Ausland mittels Zeitungsinseraten, Leitartikeln, Interviews etc. regelmässig in einer Dutzend Fachzeitschriften präsent. Hinzu kommt eine andere Plakatwerbung als andere Jahre im Format F12 in den achtzehn grossen Bahnhöfen der Schweiz. Zum Abschluss ist in bezug auf den Werbeaspekt noch anzufügen, dass die 110'000 Flyer, die zu Beginn gedruckt und unseren Ausstellern für Einladungen an deren Kunden übergeben haben, nicht ausreichend waren und ein Neudruck erforderlich wurde.

Ich schliesse daraus, dass auch die Aussteller ihre Werbung gut gemacht haben und dass ihre Bemühungen zusammen mit den unseren uns eine grosse und qualitativ hochstehende Besucherguppe garantieren werden.

Danke für Ihre Aufmerksamkeit.