gastrotel

MESSEN & EVENTS

Gelungener Restart

Die BOE International zog an zwei Messetagen vom 11. bis 12. Januar 2023 rund 9.000 Besucher in die Messe Dortmund / Foto: Messe Dortmund / Wolfgang Helm

Mit dem Start ins neue Eventjahr zog die BOE International an zwei Messetagen vom 11. bis 12. Januar 2023 rund 9.000 Besucher in die Messe Dortmund. Das kompakte Ausstellerportfolio präsentierte alle Aspekte der Live-Kommunikation zum Sehen, Anfassen und Ausprobieren. Darüber hinaus gab es ein umfangreiches Rahmenprogramm.
So konnten Anbieter aus allen Segmenten der Event-Industrie ihr Know-how in der Live-Kommunikation sowie dem MICE- und Business-Travel wieder einem großen Publikum vorstellen. Beim Rahmenprogramm inspirierten unter anderem die VIP-Interviewtalks mit Ex-Profifußballer und Markenbotschafter Rúrik Gíslason sowie Dr. Georg Kofler, Entrepreneur und Juror bei der TV-Sendung Höhle der Löwen. Ein weiteres Highlight war die Keynote von Isabel Grupp, Unternehmerin, Influencerin und Landeschefin der Jungen Unternehmer Baden-Württemberg. Neben einem spannenden und umfangreichen Programm sorgte aber auch das große Wiedersehen der gesamten Branche für gute Stimmung unter allen Teilnehmern.
?Für die BOE International 2023 können wir ein rundum positives Fazit ziehen ? das bestätigten uns auch alle Teilnehmer in den Gesprächen. Die BOE ist traditionell eine wichtige Plattform für die internationale Event-Industrie und bietet eine optimale Umgebung für neues Geschäft und neue Kontakte. Hier trifft sich die Branche, um über Budgets und Projekte zu sprechen, sich zu informieren und fachlich auszutauschen. Gerade dieses Angebot wurde zur diesjährigen Ausgabe an den Ausstellerständen und im Rahmen des begleitenden Messeprogramms mit starken Speakern und Akteuren besonders ausgiebig

genutzt?, so Sabine Loos, Hauptgeschäftsführerin der Westfalenhallen Unternehmensgruppe. ?Es kann für uns keinen schöneren Ansporn geben, als mit dieser erfreulichen Bilanz und vielen tollen Eindrücken gleich wieder in die Planung für die kommende BOE einzusteigen!?

Auch die Fachbesucher blicken bereits jetzt mit Vorfreude auf das kommende Jahr. Rund 90 Prozent von ihnen wollen auch bei der nächsten Internationalen Fachmesse für Erlebnismarketing wieder dabei sein.

Unternehmen und Partner loben hohe Besucherqualität
 Auch die Aussteller waren vom Interesse der Fachbesucher, der Kontaktdichte und den zahlreichen konkreten Anfragen sehr angetan. So sieht es auch Christian Supa, Geschäftsführer von supaevent: ?Das Interesse ist da, die Resonanz ist super ? die Eventbranche lebt!? Auch Florian Gehrs von der Unternehmenskommunikation bei Party Rent Bomers unterstreicht den erfolgreichen Re-Start der BOE: ?Wir sind mit dem Comeback der BOE International ? insbesondere hinsichtlich der Qualität der Kontakte ? sehr zufrieden.? Sebastian Rudolph, Projektleiter von Aventem, ergänzt weiter: ?Die Messe spiegelt das gesamte Spektrum der Branche wider. Wir hatten viele interessante Gespräche mit unterschiedlichen Besuchern und Ausstellern. Hier spricht wirklich jeder mit jedem.?

Ob zum ersten Mal oder bereits langjährig auf der Messe vertreten, rund 94 Prozent der Unternehmen haben ihre Teilnahme schon für die nächste Ausgabe zugesagt.

Messeprogramm überzeugte mit Vielfalt und Qualität
 Sechs Stages und eine Aktionsfläche bereicherten den Messeauftakt mit einer Fülle von Insights, Anregungen und Informationen zu aktuellen Branchenthemen. Im Fokus stand unter anderem das Trendthema Nachhaltigkeit, für das sich die BOE International zusammen mit ihrem strategischen Nachhaltigkeitspartner 2bdifferent stark macht. Auch die Nachwuchsförderung ist ein wichtiger Aspekt auf der BOE: Junge Talente konnten sich auf zwei Onsite-Events, dem neuen Format BrandEx Fresh und dem 6. Forum Event, informieren und einen ersten Zugang zur Branche finden. Unterstützt wurde das Rahmenprogramm von Partnern und Branchenverbänden.

BrandEx Award würdigte Kreativleistungen
 Live am Vorabend der BOE International fand auch der diesjährige BrandEx Award statt, der die besten Projekte des Jahres in den Bereichen Live-Marketing und Markenarchitektur auszeichnet. Ausgewählt hatte die Fachjury 23 Einreicher in 15 Kategorien. Eine Sonderrolle beim BrandEx Award nimmt die 16. Kategorie Fresh ein. Hier konnten sich junge Talente einzeln oder im Team mit ihren frischen Ideen für die Live-Kommunikation bewerben. Für einige Einreicher verlief der Abend erfolgreich. Gleich zwei oder mehrere Preise nahmen zum Beispiel onliveline ? Büro für Konzeptionierung, Uniplan, George P. Johnson, fischer Appelt, DO IT! Gesellschaft für Field Activation, insglück ? Gesellschaft für Markeninszenierung, facts und fiction und Schachzug ? Agentur für Markenkommunikation in Empfang. Aus den Reihen von Schachzug kam außerdem das Siegerteam für die Kategorie Fresh.

Alle Preisträger im Überblick gibt es