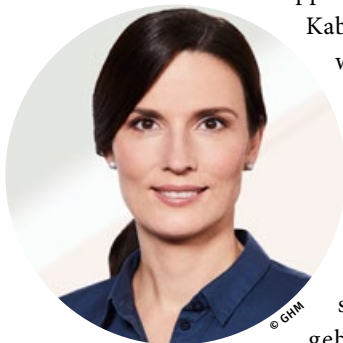




## Neue Ideen zur iba

Ein Gespräch mit Cathleen Kabashi, Projektleiterin der iba, und Michael Wippler, Präsident des Zentralverbandes des Deutschen Bäckerhandwerks, Inhaber und ideeller Träger der iba, über Planungsgedanken, Hallenaufteilungen und das sensible Thema Laufzeit.



**+ b+b:** Im Juni 2019 haben Sie verkündet, die iba 2021 auf fünf Tage zu reduzieren. Dies sei, so Ihre damalige Begründung, auf Basis einer Aussteller- und Besucherbefragung während der Messe 2018 erfolgt. Nun sind beide

Gruppen sehr heterogen – könnten Sie, Frau Kabashi, uns etwas detaillierter sagen, welche Ausstellergruppen sich für eine Verkürzung ausgesprochen haben, wer eher dagegen?

**+ Kabashi:** Die Aussteller- und Besucherbefragung sowie das persönliche Feedback während der Messe 2018 haben uns den Impuls zur kritischen Hinterfragung der Laufzeit gegeben. Mit einem halben Jahr Abstand,

in dem auch das Nachmessegeschäft in den Überlegungen und der Bewertung der iba bei den Ausstellern berücksichtigt werden konnte, wurde die gesamte Branche, nationale und internationale Aussteller sowie Interessensvertreter der Besucher, nach deren Wünschen befragt. Die Beteiligung war überdurchschnittlich hoch, insbesondere da die Umfrage in einem Nicht-iba-Jahr stattgefunden hat. Das zeigt einerseits, welchen Stellenwert die iba in der Branche hat, und andererseits, wie sensibel auch konkret das Thema Laufzeit ist.

Die Heterogenität der iba steht außer Frage. Diese Charakteristik ist auch ein wesentlicher Punkt, den die iba ausmacht. Daher war es uns wichtig, ein objektives Ergebnis pro Angebotsbereich zu erhalten, weshalb die Aussteller innerhalb der Befragung die Möglichkeit hatten, sich in einem der folgenden Cluster einzuordnen: Produktionstechnik, Rohstoffe und Zutaten, Verpackung und Logistik, Reinigung und Hygiene sowie Ladenbau und -ausstattung. So hat die Befragung nicht nur einen guten Querschnitt in Bezug auf die Branche an sich, sondern auch im Hinblick auf

unterschiedliche Standgrößen ergeben. Die Auswertung hat eine klare Aussage gezeigt: Eine Laufzeitverkürzung der iba von sechs auf fünf Tage ist mehrheitlich der Wunsch der gesamten Branche und nicht einzelner Ausstellergruppen.

**+ b+b:** Es gab im Laufe der vergangenen Jahre einen steten Rückzug von Rohstofflieferanten und mit ihnen verschwand der für die Kundenbeziehung so wichtige Smalltalk des Handwerksbäckers mit seinem Lieferanten ohne Bestellblock. Haben Sie aus den Reihen der Rohstofflieferanten Signale, dass sie bei einer verkürzten Laufzeit wieder Interesse an einer Teilnahme haben?

**+ Kabashi:** Die iba ist weltweit die größte Netzwerkplattform der backenden Branche und die einzige Messe, auf der Besucher vom Ladenbauer über den Maschinenhersteller bis hin zum Rohstofflieferanten alles und aus aller Welt gebündelt an einem Platz finden. Mit der verkürzten Laufzeit wird die iba auch für jene Rohstofflieferanten, die in den vergangenen Jahren keine aktive Messeteilnahme mehr hatten, wieder attraktiver, was uns in direkten Gesprächen mit Herstellern bereits auch gespiegelt wurde. Tatsache ist, dass laut Besucherbefragung der Bereich Rohstoffe auf Platz 1 des Besucherinteresses liegt. Des Weiteren verzeichnen wir Zuwächse von internationalen Rohstoffherstellern, was das Portfolio der iba umfangreich und attraktiv hält. Da eine optimale Laufzeit nicht alleiniger Entscheidungsgrund für eine (erneute) Messeteilnahme ist, drehen wir aktuell auch an weiteren Stellschrauben in Form inhaltsgeprägter Formate, um die Attraktivität der iba für die Rohstoffhersteller hochzuhalten und auszubauen. Sie dürfen gespannt sein!

**+ b+b:** Herr Wippler, die vergangenen drei Ausstellungen litten an einem zunehmenden Schwund an Besuchern aus dem Handwerk. Zu industriell und zu international, lauteten die Vorwürfe. Zudem sind die Übernachtungspreise in München zu iba-Zeiten jenseits von Gut und Böse. Erwarten

Sie mehr Besucher aus dem Bäckerhandwerk durch die Verkürzung der Messe?

**+ Wippler:** Der Grund, sich für einen Messebesuch zu entscheiden, hängt weniger von der Laufzeit der Messe als vielmehr von ihrem Angebot ab. Die Bedürfnisse der Branche werden facettenreicher – hier sind Einfallreichtum, Flexibilität und kreative Lösungen gefragt. Trends, Innovationen und Marktneheiten der iba können Lösungen liefern. Darüber hinaus bieten unter anderem iba.FORUM, Wettbewerbe und das „Get together“ der großen Bäckerfamilie viel Raum für den persönlichen Erfahrungsaustausch und natürlich auch für spannende Unterhaltung. Ich sehe der Messe mit viel Freude entgegen – ein Muss für jeden Innungsbäcker.

**+ b+b:** 2018 gab es erstmals den Versuch, eine Art roten Faden für den handwerklichen Messebesuch zu entwickeln, über das Ergebnis muss man nicht streiten, es wäre verbesserungswürdig. Ist es von den Ausstellern nicht ein wenig viel verlangt, sich stärker auf die Handwerker zu fokussieren, wenn sie sich innerhalb kürzerer Zeit auf das internationale und industrielle Geschäft konzentrieren (müssen), weil das den Hauptteil ihrer Besucher und ihres Geschäftes ausmacht?

**+ Wippler:** Fest steht: Die iba als Messe des Zentralverbandes ist die Messe der deutschen Handwerksbäcker, weshalb diese Zielgruppe für uns weiterhin stark im Fokus stehen



wird. Die Heterogenität der iba steht außer Frage, macht sie jedoch zugleich spannend, da sie für alle Beteiligten den Blick über den Teller- rand hinaus eröffnet. Es gibt ja keine gesetzlichen Definitionen für „Handwerk“ und „Industrie“, aus denen sich Wertungen ableiten ließen. So sind Produktionsweise und Unternehmensgröße nicht zwangsläufig eine Frage des Investitionsvolumens.

**+ b+b:** Handwerker wie Industrie wollen auf der iba neue Entwicklungen sehen, Aussteller sie vorstellen. Als Besucher muss ich sämtliche 12 Hallen ablaufen und jeden Stand absuchen, ob was wirklich Spannendes dabei ist oder ob da nur viel mit Worten geklingelt wird. Besteht die Chance, dass Sie bei der kommenden iba die Spreu vom Weizen trennen und tatsächlich die Chance zur Information und zum Wissenstransfer – vor Ort in einer Sonderschau oder digital im Netz – eröffnen?

**+ Kabashi:** Mit dieser Frage haben Sie einen Planungsgedanken getroffen, der sich in den nächsten Monaten konkretisieren wird.

**+ b+b:** Drei Jahre sind in der heutigen Wirtschaft eine lange Zeit und auch unter den Zulieferern der Backwarenbranche haben sich die Strukturen geändert, Firmen sind verschwunden, andere wurden aufgekauft, neue Konzerne haben sich gebildet. Was macht das mit Ihrer bisherigen

Anzeige

UrkornkuchenMix verbindet moderne Backtechnologie mit uraltem Wissen um traditionelle Getreidesorten. So gelingen zeitlose Blech- und Formkuchen ebenso wie trendige American Cookies.

[www.backaldrin.com](http://www.backaldrin.com)

**backaldrin®**

Hallenaufteilung? Wird es spezialisierte Hallen geben? Bleibt es dabei, mindestens einen Großkonzern als Anker-aussteller in jede Halle zu setzen? Bleiben die zum Teil tradierten Hallengemeinschaften bestehen?

**+ Kabashi:** Die Entwicklung des Marktes während der vergangenen Jahre spiegelte sich auch auf der iba wider und hat sich auf die Platzierung der Aussteller ausgewirkt. Die Gesamtfläche wurde dadurch nicht beeinträchtigt, das ursprünglich übersichtliche und erfolgreich aufgesetzte Aufplanungskonzept ging so jedoch nicht mehr auf. Deshalb haben wir sowohl die vergangene iba umfassend analysiert als auch der Marktsituation und den -wünschen entsprechend reagiert und haben eine neue Hallenverteilung vorgenommen, die sich wesentlich am Feedback der Branche ausrichtet. Fachbesucher finden die für sie passenden Angebote gebündelter innerhalb der 12 Messehallen, womit eine Verbesserung der Orientierung für Besucher, Aussteller und Medienschaffenden einhergeht. Dadurch wird ein effizienterer Messebesuch gewährleistet, der auf die optimierte Erreichbarkeit der Aussteller ausgerichtet ist. Wir gestalten nicht die komplette Struktur innerhalb der einzelnen Hallen neu, sondern nehmen eine Segmentierung vor und richten die Bereiche Rohstoffe, Handwerk und Produktionstechnik fokussierter aus, bewährte Konglomerate werden berücksichtigt und bleiben auf Wunsch bestehen. Keine der 12 Hallen wird an Attraktivität verlieren, da die Anzahl der Keyplayer auf der iba immens hoch ist. Jeder einzelne Aussteller trägt mit seinem Angebot individuell zur Attraktivität und dem Erfolg der Messe bei.

Die neue Hallenverteilung bedeutet im weiteren Schritt, dass eine noch passgenauere Zielgruppenansprache hinsichtlich Besucher gewährleistet ist. Demnach wird die Positionierung der iba im Markt noch einmal geschärft und ihr Stellenwert weiterhin gesichert.

**+ b+b:** Wichtig für alle Besucher, egal ob national oder international, Handwerk oder Industrie, sind die Möglichkeiten, sich vorzubereiten auf den Besuch. Der bisherige Katalog der iba war eine ungepflegte Datensammlung, die wenig Hilfen bot, weil jeder Aussteller eintragen konnte, was er wollte. Wird sich das bis zum Herbst 2021 ändern, Frau Kabashi?

**+ Kabashi:** Die Bedeutung und Wichtigkeit des digitalen Ausstellerkatalogs als Orientierungshilfe für alle Messteilnehmer und als Nachschlagewerk der Branche steht außer Frage. Mit dem iba Marktplatz bieten wir Ausstellern, Besuchern und Medienschaffenden eine Plattform, auf der sie sich optimal auf den Messebesuch vorbereiten können. In unserer Nachbetrachtung haben wir das neue Tool kritisch unter die Lupe genommen und für 2021 bereits Ideen zur Optimierung erarbeitet.

**+ b+b:** Herr Wippler, wird es seitens des Zentralverbandes neue Dienstleistungen geben, um sich auf der Messe zu orientieren oder sich im Rahmen kurzer Seminare einen Überblick darüber zu schaffen, was konkret zu bestimmten Themen für Handwerker zu sehen sein wird, ohne dass das in Werbeveranstaltungen ausartet?

**+ Wippler:** Unser Ziel ist es auch 2021 wieder, dem Besucher einen rundum attraktiven und informativen Messebesuch zu



Die iba 2021 findet vom  
24. bis 28. Oktober in München statt.

bieten. Daran arbeiten wir gemeinsam mit all unseren angeschlossenen Organisationen wie dem Deutschen Brotinstitut (DBI) und der Akademie Deutsches Bäckerhandwerk (ADB). Wir wissen aus den vergangenen Jahren, dass unseren Handwerksbäckern der Praxisbezug am wichtigsten ist, und auch den werden wir wieder bieten, im iba.FORUM mit Vorträgen und im persönlichen Austausch. Da ist schon viel „in der Pipeline“. Die iba 2021 wird uns auch Gelegenheit geben, mit „unseren Bäckern“ über die Strukturreform des ZV zu reden, durch die wir die Organisation effektiver und deutlich wahrnehmbarer machen werden.

**+ b+b:** Herr Wippler, wie viel Zeit sollte ein Handwerker für die Messe durchschnittlich einplanen und wie viel davon durch die Hallen laufen bzw. am Rahmenprogramm teilnehmen?

**+ Wippler:** Jeder Tag auf der iba ist ein wertvoller Tag. Wie viel Zeit zur Verfügung steht und jeder einzelne investieren möchte, ist eine persönliche und individuelle Entscheidung. Ich werde fünf Tage da sein (lacht).

**+ b+b:** Apropos Rahmenprogramm – wann wird das veröffentlicht, wie viel davon ist Werbeauftritten von Ausstellern vorbehalten und welchen Anteil hat der Zentralverband mit eigenen Angeboten?

**+ Wippler:** Das Rahmenprogramm wird Hand in Hand mit der iba-Projektleitung gestaltet und ab Frühjahr 2021 kommuniziert. Was bereits heute feststeht, ist, dass Aussteller in der iba.SPEAKERS CORNER (wieder) die Möglichkeit haben werden, Fachvorträge zu halten. Unser Bestreben ist es, die bestmöglichen Referenten für diese Themen zu finden.

Das vielseitige Rahmenprogramm ist auf die Heterogenität und die Internationalität der Besucher ausgerichtet und bietet für jede Betriebsgröße und jedes Interessengebiet etwas. Jeder wird auf seine Kosten kommen!

**+ b+b:** Wann starten die Anmeldungen für die Aussteller und wann werden Sie sagen können, wer und was zu sehen sein wird, Frau Kabashi? Werden die Kosten für die Aussteller pro Quadratmeter steigen?

**+ Kabashi:** Die Anmeldeunterlagen werden Ende Februar 2020 an die Aussteller gesendet, sodass wir uns ab Anfang März auf viele bereits mündlich angekündigte Zusagen freuen. Konkrete Informationen zur Aufplanung der einzelnen Hallen können wir ab Herbst dieses Jahres, inhaltliche Details ab Frühjahr 2021 geben. Die Preise pro Quadratmeter werden marktüblich und unter Berücksichtigung der Inflationsrate auch 2021 angepasst.

**+ Wippler:** Wir sind überzeugt, dass die iba gemeinsam mit und vor allem für alle Protagonisten der backenden Branche auch 2021 wieder ein voller Erfolg wird und ihre Bedeutung bestätigt: Die iba ist ein weltweiter Experten-Treffpunkt in einzigartiger Dimension auf höchstem fachlichem Niveau.

+++