

"Reloading Live"

Die Live Marketing Branche ist eine der durch die Covid-19 Pandemie am härtesten betroffenen Branchen. Ihre Tätigkeit wurde praktisch von einem auf den anderen Tag lahmgelegt, und sie wird eine der letzten Branchen sein, die diese wieder aufnehmen können wird – zusätzlich verzögert durch lange Vorlaufzeiten. Entsprechend wichtig ist es für die MCH Group, während des Veranstaltungsverbots alternative Dienstleistungen anbieten zu können und sich auf die Zeit nach der Pandemie vorzubereiten.



MCH | "Reloading Live"

Das Management hat im März 2020 mit diversen Sofortmassnahmen unverzüglich auf die Covid-19 Pandemie und die von den Behörden verfügten Restriktionen und Verbote reagiert. Für die abgesagten Veranstaltungen und die bereits aufgelaufenen Kosten wurden mit den Kunden und Partnern faire Lösungen gefunden. Es wurde eine Contingency Planung erstellt und laufend aktualisiert. Zur Senkung der Personalkosten wurde Kurzarbeit – oder im Ausland ähnliche Massnahmen – eingeführt. Der Betrieb wurde den Empfehlungen des BAG zum Schutz der Mitarbeitenden auf "Home Office" umgestellt, und vor Ort wurden die erforderlichen Schutz- und Hygienemassnahmen umgesetzt.

Gleichzeitig galt es aber auch, sich intensiv mit den Fragen auseinanderzusetzen: Welche alternativen Dienstleistungsangebote können für die Kunden geschaffen werden? Und wie muss sich die MCH Group auf die "neue Normalität" vorbereiten?

Vorbereitung auf die Zeit nach der Pandemie

Vor diesem Hintergrund sind zukunftsweisende Projekte wie die Art Basel "Online Viewing Rooms" und das "Swissbau Innovation Lab" unter Hochdruck vorangetrieben worden. Auch in anderen Bereichen sind Initiativen ergriffen worden, um den Kunden alternative Dienstleistungen sowie sichere Infrastrukturen für die Durchführung von Events zu bieten, soweit diese noch möglich waren. Für die Aussteller der Giardina Zürich ist eine digitale Plattform eingerichtet, um ihre Inhalte zu kommunizieren und Leads zu generieren. Im Kongressbereich konnten zahlreiche Veranstaltungen digital durchgeführt werden, unter ihnen der SAP NOW Event und der DGHO-Ärzte-Kongress, an denen jeweils volle Konferenzprogramme aus dem Congress Center Basel live gestreamt worden sind. Das Congress Center Basel und die Messe Zürich konnten zudem den lokalen Parlamenten als "Sitzungsgebäude" angeboten werden.

Die Teams der Division "Live Marketing Solutions" haben im Geschäftsjahr zahlreiche digitale Events und virtuelle Messen umgesetzt und dabei wertvolle Erfahrungen mit hybriden Strategien und Lösungen für eine kombinierte Marken-Aktivierung gesammelt. Die Produktionsbetriebe haben ihre Produktion kurzfristig auf die Herstellung und den Vertrieb von Schutzeinrichtungen umgestellt.



MCH | "Reloading Live"

Im Hinblick auf die sich im Herbst abzeichnende – leider dann nur vorübergehend eingetretene – Lockerung der Schutzmassnahmen hat die MCH Group im Sommer ein detailliertes Schutzkonzept für die künftige Durchführung von grösseren Messen und Events entwickelt. Anfang Juli 2020 hat sie die vielfältigen Schutzmassnahmen zusammen mit verschiedenen Partnern und rund 600 Gästen in einem realen Showroom getestet – die Registration im Vorfeld des Events, die Einlasskontrolle vor Ort, der Bau und das Erleben von Ausstellungs- und Informationsständen sowie der Betrieb eines Cateringbereichs.

Sicherheit, Innovation und Digitalisierung werden die Zukunft prägen

Mit diesen und weiteren Aktivitäten konnte und kann die MCH Group die Corona-Zeit allerdings nur bedingt überbrücken. Sie hat damit aber eine gute Basis für die weitere Vorbereitung auf die Zukunft geschaffen. Klar ist: Eine "Vor-Corona-Zeit" wird es nicht mehr geben. Schutzkonzepte, innovative Alternativen und digitale Lösungen werden weiterhin eine zentrale Rolle spielen – in den Lockerungsphasen ebenso wie in einer hoffentlich bald wieder möglichen Normalisierung.

Die MCH Group setzt sich deshalb weiterhin intensiv mit diesen Fragen auseinander, auf strategischer und operativer Ebene. Abgestufte Schutzkonzepte für verschiedene Pandemie-Szenarien können zum Beispiel eine schnellere und flexiblere Reaktion auf sich verändernde Situationen ermöglichen. Dies gilt auch bei der rechtzeitigen Entwicklung von kreativen Alternativen, die zum Tragen kommen können, wenn die Umsetzung des "Plans A" verunmöglicht wird.

Die MCH Group kann in der weiteren Vorbereitung auf die Zukunft auf dem aufbauen, was sie im vergangenen Jahr unter äusserst schwierigen Bedingungen geschaffen und erreicht hat. Sie wird dabei nicht nur auf eine verstärkte Innovationskraft setzen können, sie kann auch darauf zählen, dass sich ihre Kunden Begegnungen und Erlebnisse sehnlichst herbeiwünschen und gleichzeitig die digitalen Potenziale verstärkt ausschöpfen wollen. Die MCH Group wird von beidem gleichermaßen profitieren können.