

Besucher- und Ausstellerzahl bei didacta 2022 extrem rückläufig

geschrieben von Redakteur | Juni 12, 2022



Die Bildungsmesse verliert offensichtlich den Kontakt zur Zielgruppe

Vermeldete die Kölner Messe im Jahr 2019 noch 915 Aussteller und Ausstellerinnen und rund 100.000 Besucher und Besucherinnen, stellten in diesem Jahr noch 555 Unternehmen aus, deren Exponate lediglich rund 35.000 Menschen sehen wollten. Als Hauptgrund für diesen dramatischen Absturz wird die Corona-Krisen-Zeit genannt. Doch gerade die Sehnsucht nach direktem Austausch nach der dreijährigen Durststrecke ohne Bildungsmesse hätte doch eigentlich zu einem Ansturm von Ausstellenden und Besuchenden führen müssen. Einen kleinen Anteil für das Wegbleiben verschiedener Ausstellender, dürfte dem geschuldet sein, dass im Süden des Landes Ferienzeit war. Ein Grund für das Ausbleiben von rund 65 Prozent der Besucherinnen und Besucher, die zu einem Löwenanteil immer aus der Region kommen, ist das jedoch nicht.

Fehlen die Antworten auf drängende Fragen?

Insofern kann nur darüber spekuliert werden, warum die didacta den Kontakt zu ihrer Zielgruppe zunehmend verliert. Hat sich das Messekonzept überholt? Fehlen der Messe die Antworten auf die drängenden Fragen der pädagogischen Fachkräfte im Alltag? Einiges spricht dafür. Natürlich kann die didacta die Personalsituation oder die marode Situation vieler Bildungseinrichtungen nicht verbessern, aber ein starkes Signal der Solidarität sowie ein deutlicher Appell an Politik und Gesellschaft hätten sicher mehr bewirkt, als das stetige Propagieren digitaler Bildung von Geburt an. Tablets ersetzen keine pädagogischen Fachkräfte und reparieren keine maroden Schultoiletten oder -heizungen.

Erfrischendes seitens der Startups

Insofern konnte die didacta auch kein starkes Signal für die Zukunft der Bildung geben, wie vom Veranstalter behauptet. Schließlich ist die didacta eben auch kein Bildungsverband, sondern der Verband der Bildungswirtschaft. Und dem geht es eben darum, seine Produkte der Zielgruppe zu verkaufen. Echte Innovationen gab es mit Ausnahme der Flut von digitalen Apps, Anwendungen und Geräten jedoch kaum. Und auch bei den so genannten „digitalen Lösungen“ war die Zahl der wirklich sinnvollen und praktischen Angebote doch recht überschaubar. Ein echtes Highlight der Messe ist dabei immer der Bereich, in dem sich die Startups tummeln. Hier finden sich seit einigen Jahren echte und erfrischende innovative Ideen.

Kaum Dissens und Diskussion

Das ist jedoch zu wenig für eine Messe, die zentrales Diskussionsforum, größter Weiterbildungskongress und wichtigste gesellschaftspolitische Bühne sein will. Denn Platz

für Dissens und damit echte Diskussion hat die didacta nur wenig. Auf den von uns besuchten Veranstaltungen, die als Diskussion angekündigt waren, zeigten sich die Protagonisten in völliger Harmonie. Das Publikum, zahlenmäßig meist sehr überschaubar, kam entweder nicht zu Wort oder es mangelte am Interesse. Ein weiteres Manko, dass die Messe mehr und mehr von echten Forschenden größtenteils gemieden wird. Stattdessen finden sich Veranstaltungen, bei denen Protagonisten erscheinen, die ihre angebliche forschende Tätigkeit kaum von ihrem kommerziellen Privatunternehmen unterscheiden können. Hier herrscht dringender Reformbedarf, der wohl kaum mit jenem Personal zu erreichen sein dürfte, das nun schon seit Jahrzehnten hier mitwirkt.

Viele Ausstellende aber zufrieden

Während viele frühere Ausstellende aufgrund der hohen Kosten nicht mehr teilnahmen, zeigten sich doch etliche teilnehmende Unternehmen mit dem Standbesuch zufrieden. Alle deuteten die relativ gute Frequenz damit, dass sich durch die geringere Ausstellendenzahl, die geringe Zahl der Besuchenden besser auf die einzelnen Stände verteilten.

Erschreckend gering erwies sich auch das Interesse seitens der Presse. Hier fand die Messe so gut wie nicht statt. Im Pressezentrum gähnende Leere, auch wenn sich hier immer wieder Besucherinnen und Besucher fanden, die überhaupt nichts mit Pressearbeit zu tun hatten und auch nicht interviewt wurden.

didacta Stuttgart 2023

Aber nach der Messe ist vor der Messe. Vom 7. bis 11. März 2023 findet die nächste Bildungsmesse statt. Es bleibt zu hoffen, dass der Verband der Bildungswirtschaft bis dahin die richtigen Antworten auf die aktuellen Herausforderungen gefunden und sich auch intern erneuert hat.

Gernot Körner