

Barcelonassa köyhäillään

16.2.2009 00:42 — Timo Poropudas
timo.poropudas@sanoma.fi

Barcelona - Maailman mobiilialan vuosittainen päänäytös, Barcelonan Mobile World Congress ei ole pystynyt väistämään talouskriisin vaikutuksia. Muun muassa vierailijoiden ja toimittajien messukassi on huomattavasti edellisvuotta tyhjempi.

Aikaisempina vuosina ainakin näytteilleasettajat ja toimittajat ovat saaneet messupaketissa joukkoliikenneliput, joilla on voinut matkaa Barcelonassa vapaasti koko messujen ajan. Nyt sellainen puuttui. Neljän päivän lippu maksaa 19,20 euroa, joten sen puute tuskin kaataa kenenkään budjettia.

Median edustajat ovat tottuneet saamaan myös tunnukset järjestäjän lähes koko messualueelle ulottuvaan langattomaan lähiverkkoon. Niiden avulla työtä on pystynyt tekemään sekä näyttelytiloissa, että välillä myös suurissa konferenssihalleissa. Tänä vuonna lehdistökeskuksen verkot käynevät entistä kuumempina ja useiden näytteilleasettajien tarjoamille verkkoyhteyksille on entistä kovempi kysyntä.

Taloustilanne on vaikuttanut myös Barcelonan hotellien ja paljon käytettyjen yksityissomisteisten huoneistojen kysyntään.

Hotellihuoneita on ollut tarjolla järkevään hintaan vielä tapahtuman alkupäiviin saakka. Huoneistot, joista on häpeilemättä peritty tuplahintaa messujen aikaan, on laitettu alennusmyyntiin. Vielä messujen alkaessa tarjolla oli monentasoisia huoneistoja, vieläpä alennettuun hintaan. Yllättäen myös vaikeasti löydettäviä internet-yhteydellä varustettuja majapaikkoja oli tarjolla.

MWC:n rekisteröitymispalvelujen työntekijöiden ilmekään ei värähdä, kun heiltä tiedustellaan rekisteröitymisvilkkautta. He toistavat kiltisti järjestäjien esittämän arvion 50 000 odotetusta vieraasta.

Kaupunkikuvassa messut kuitenkin näkyvät reippaasti edellisvuotta vähemmän. Sunnuntai-iltaan mennessä katukuvassa näkyi vain harvoja järjestäjien tai näytteilleasettajien laukkuja tai nimilappunauhoja. Ulkomainoksissa tai liikennevälineissä messut näkyivät paljon

viimevuotista vähemmän.

Yritykset ovat joutuneet varaamaan näyttelytilan hyvissä ajoin eivätkä ne pysty kiemurtelemaan irti niiden velvoitteista. Markkinointipanosten suhteen tilanne on paljon erilainen.. Talouskriisi ehti iskeä ennen mainossopimusten allekirjoittamista, joten yritykset pystyivät leikkaamaan kuluja. Tiettävästi monet yritykset ovat leikanneet tapahtumaan osallistuvan henkilöstön määrää. Silloin syntyy säästöjä sekä matkustus- että majoituskustannuksissa. Lisäksi messujen järjestäjille maksettavat kulut kutistuvat.

<http://www.digitoday.fi/mobiili/2009/02/16/barcelonassa-koyhailaan/20094202/66>