

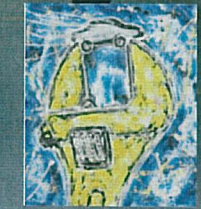
Viel von ihrem einstigen Glanz hat Europas drittgrößte Fachmesse für Werkstattausrüstung, Service und Zubehör eingebüßt. Ausstellern und Besuchern stehen die Kosten in keiner Relation mehr zum Erfolg.



Mag. Adrian Riklin hält eine Messepräsenz noch für wertvoll. Trotz guter Erfolge von Alcar in Italien war Bologna enttäuschend.



Mag. Ernst Kieslinger sucht im Detail den Erfolg



Texa-Vertriebsleiter Werner Stern (l.) und Geschäftsführer Werner Arpagaus suchen in Österreich zusätzlich Partner

Homo faber fortunae suae

Der Mensch ist der Handwerker seines Schicksals, übersetzt sich aus dem Lateinischen wortgetreu die Unterzeile „Homo faber fortunae suae“ der Bologneser Fachmesse „Autopromotec“. Zur 23. Auflage der im Zweijahrestakt stattfindenden Fachmesse kamen auffallend wenig Fachbesucher nach Bologna, um dort ihr unternehmerisches Schicksal mit- bzw. weiterzubestimmen. Die Chineseninvasion wurde von der Schweinegrippe gestoppt, wird aber vor allem wirtschaftliche Gründe haben. Azurblaue Teppiche stellten die Verbindung zwischen und in den Hallen her. Nur betreten wurden das internationale Schaufenster der Serviceleistungen rund um das Kraftfahrzeug von weit weniger Besuchern als bei früheren Veranstaltungen. Aussteller und Besucher reduzieren Messen dieser Größenordnung zur reinen Kosten-Nutzen-Rechnung. Zieht man den zur Schau getragenen Optimismus ab, gibt es zurzeit weit mehr Verlierer als Gewinner.

Unser Bilderreigen zeigt, dass sich dennoch wieder Fachleute aus Österreich nach Bologna auf den Weg machten, um in Kontakten mit ihren Lieferanten das Terrain nach neuen Geschäftschancen zu sondieren. Auf immer kleineren und sparsameren Ausstellungsflächen reflektiert die geringere Markterwartung den realen Wirtschaftszustand. Einzig die Messeveranstalter, so die Kritik vieler Exponenten, wollen (noch) nichts von der Krise bemerkt haben. ● (LUS)

SICHERN SIE IHRE ERTRÄGE MIT FSW-WHEELS

- Trendige Designs exklusiv für den Fachhandel
- Hohe Radlasten bereits bei 18" - Rädern (z.B. VW T5, Touareg, SsangYong, Antara etc.)
- Ausgereifte Lösungen bis ET 50 - mit TÜV/ABE
- Aus europäischer Produktion (Italien)

Reden Sie mit uns!
Unsere Spezialisten beraten Sie gerne.

Fosab HandelsgesmbH & Co KG - Der Partner für den Fachhandel
Tonstraße 3, A-4614 Marchtrenk, Tel.: (0) 72 43 / 53 05 6-0 Fax-DW: 32, office@fosab.at

Autopromotec blickt auf fünf erfolgreiche Messetage zurück – Zuwachs bei Aussteller- und Besucherzahlen

101.620 Fachbesucher kamen nach Bologna

Bologna – 09. Juni 2009 – Mit großer Zufriedenheit blicken die Verantwortlichen auf die Autopromotec 2009 zurück. Mit 101.620 Fachbesuchern kamen in diesem Jahr rund 2,4 Prozent mehr Gäste aus dem In- und Ausland nach Bologna als noch vor zwei Jahren. Fünf Tage lang konnten sie sich an den Ständen von 1.443 Unternehmen über aktuelle Neuheiten und innovative Lösungen für die gesamte Werkstattbranche informieren. Im Vergleich zur Autopromotec 2007 konnte die Zahl der sich präsentierenden Unternehmen so um 2,8 Prozent gesteigert werden. Zu den Ausstellern gehörten auch 95 deutsche Unternehmen.

Schon zur Eröffnung der Messe hatte der Präsident des italienischen Verbandes der Werkstattausrüster, Giorgio Cometti, deutlich gemacht, dass die steigende Zahl der ausstellenden Unternehmen nicht nur ein hoffungsvolles Zeichen für die Zukunft der gesamten Branche sei, sondern zugleich die internationale Ausrichtung der Autopromotec eindrucksvoll unter Beweis stelle. So präsentierten sich in diesem Jahr 468 ausländische Unternehmen in Bologna. Die größte Gruppe stellten dabei mit 95 Ausstellern die deutschen Unternehmen. Mit 975 italienischen Ausstellern wurde zudem deutlich, welche große Bedeutung die Werkstattausrüstungsbranche in Italien spielt. Sie alle trafen auf 84.931 Besuchern aus Italien, sowie 16.689 internationale Besucher, die auf der Messe begrüßt werden konnten.

Um genügend Platz für die Präsentation aller Unternehmen zu bieten, hatte man in diesem Jahr die Ausstellungsflächen deutlich ausgebaut und nicht nur um einen neuen Freibereich für die Waschanlagenanbieter, sondern auch um zwei zusätzliche Messehallen erweitert. Nach Überzeugung der Autopromotec haben die fünf Veranstaltungstage nicht nur gezeigt, dass die Messe eine optimale Plattform zur Darstellung innovativer Neuheiten ist, sondern auch eine ausgezeichnete Möglichkeit zur Schaffung neuer Geschäftskontakte darstellt. Erfreut wurde auch das steigende Medieninteresse wahrgenommen. So stieg die Zahl der akkreditierten Fachjournalisten um 21 Prozent auf 254 an.