

AMI 2012: Kommentar: Die Messe hat ihren Platz gefunden

Von Peter Schwerdtmann

Volker Lange, der frisch wiedergewählte Präsident des Verbands der Importeure (VDIK), schaute natürlich optimistisch auf die morgen beginnende Leipziger Automobil International (AMI), die bis Sonntag, 10. Juni 2012, dauern wird. Als ideeller Träger und einer der Urheber des neuen Konzepts ist Optimismus Pflicht, aber wohl auch angesagt.

Mit dem neuen Rhythmus von zwei Jahren – immer im Nicht-IAA-Jahr – und dem neuen Termin im Juni statt im April haben der VDIK und die Messengesellschaft offenbar die richtigen Entscheidungen getroffen. Die Ausstellungsfläche wuchs um rund ein Zehntel, alle deutschen Hersteller sind vertreten, ebenso die Mehrzahl der Importeure. Vor zwei Jahren war das Angebot deutlich dünner.

Dieses Jahr – meldete der Messechef Martin Buhl-Wagner – könne die Messe mehr als 80 Premieren bieten, ein paar davon sogar Weltpremierer. Premieren sind die Währung für die Wichtigkeit einer Messe. Leipzig hat also an Wert gewonnen. Das liegt allerdings auch an dem Versprechen der deutschen Hersteller, den Neustart der AMI mit Neuvorstellungen zu unterstützen. Ob das so bleibt, entscheidet das Publikum. Volker Lange: Wir blicken alle gebannt auf das erste Wochenende und wollen erleben, wie die Besucher reagieren.“

Doch Lange ist sicher, die AMI hat ihren Platz gefunden. Er nennt sie die größte internationale Automobilausstellung in Deutschland. Und das könnte auch nach der Essen Motor Show im Herbst dieses Jahres vermutlich immer noch eine richtige Aussage sein. Auf jeden Fall ist auch diese AMI eine Käufer- und Kunden-Messe, eine Messe zum Anfassen und zum Ausprobieren. Der Veranstalter rechnet mit mehr als 20 000 Probefahrten, verweist auf den Gelände-Parcour von Land Rover, den „Verkehrskindergarten“ von Lego und Mazda und auf viele Veranstaltungen für Autofahrer, wie die Spritsparstunde, erfunden vom VDIK und heute eine Modell für

Europa.

Das Wetter unterscheidet sich am Morgen des heutigen Pressetags in Leipzig nur wenig von dem beim gestrigen Länderspiel. Ein bisschen weniger Regen wünscht sich Messechef Buhl-Wagner, aber nicht viel höhere Temperaturen. Damit weist er ungewollt auf eine mögliche Schwachstelle des neuen Konzept hin: den Sommer. Wenn die Sonne auf die Hallen knallt, könnten andere Attraktionen die größere Verlockung darstellen als eine Messe. (ampnet/Sm)

Bilder zum Artikel:



Peter Schwerdtmann