

Essen 2012: Über 340 000 Besucher

Mit über 340 000 Besuchern konnte die „Essen Motor Show“ trotz Wintereinbruchs gegenüber den Vorjahren leicht zulegen. Die vier Themenspektren Tuning, Motorsport, sportliche Serienfahrzeuge und Klassiker haben sich damit als Fundament der Messe bewährt. Auch Hersteller wie BMW, Citroën, Ford, Mini, Opel, Renault, Skoda, Subaru, Toyota und Mercedes-Benz zeigten Flagge. Sie rückten ihre sportlichen und neuen Motorsport-Modelle ebenso ins Rampenlicht wie Lifestyle-Fahrzeuge, Individualisierungs-Programme, Tuning-Produkte und sportliches Original-Zubehör.

Umfragen zeigen, dass über 80 Prozent der Gäste an Tuning interessiert sind, jeder zweite befragte Besucher gab sogar an, sein nächstes Auto werde ein getunt sein. Über die Hälfte nutzte außerdem die Messe, um direkt aus dem Angebot etwas zu kaufen oder zu bestellen. Und immerhin 65 Prozent aller Besucher haben ein ganz besonderes Interesse am Motorsport. Außerdem zeichne sich die Messe durch ein treues Stammpublikum aus: Jeder vierte Besucher kommt jedes Jahr, 20 Prozent kamen an zwei Tagen auf die Messe.

Ob die große DTM-Präsentation, die Sonderschauen „40 Jahre Sportwagen-Weltmeisterschaft“ und „50 Jahre Porsche 911“, die große Motorsport-Welt des ADAC in Halle zwölf oder Live-Motorsport in der Motorsport-Arena - die Essen Motor Show bot ein vielfältiges Programm und erweist sich auch zunehmend als Business- und Sponsoring-Plattform der Motorsport-Szene

Bei den Oldtimern waren Fahrzeuge in sehr gutem Originalzustand oder fachgerecht und originalgetreu restaurierte Exemplare gefragt. Um mit dem gekauften Klassiker gleich losfahren zu können, sind die Käufer bereit, auch entsprechende Preise zu bezahlen. Und auch die Motorrad-Halle erfreute sich regen Zuspruchs und gezielter Besucher.
(ampnet/jri)