

Messe München bekennt sich zum Türkei-Geschäft

München, 12.08.2017, 13:40 Uhr

GDN - Die Messe München hat sich zu ihrem Türkei-Geschäft bekannt. "Wir standen zuletzt offenbar auch auf dieser ominösen Terrorliste der Türkei. Wir werden unser Engagement dort aber nicht anzweifeln", sagte Klaus Dittrich, der Vorsitzende der Geschäftsführung, der "Welt am Sonntag".

Bislang veranstalte das Unternehmen zwei Messen in Istanbul, die von den Anmeldungen her auch ganz normal liefen. "Wir bauen das derzeit erst mal nicht aus, wir ziehen uns aber auch nicht zurück", kündigte Dittrich an. "Manchmal muss man sich eben antizyklisch verhalten." Größere Sorge bereite dem Messe-Manager die protektionistische Handelspolitik der USA. "Protektionismus kann die Branche hart treffen", sagte Dittrich. Messen seien Marktplätze, die von offenen Grenzen und Freihandel lebten. "Aber auch da hilft sicherlich ein langer Atem. Mein Eindruck ist, dass Trump Europa derzeit wieder zusammenschweißt. Das ist schon mal gut. Und früher oder später wird auch er erkennen, dass Abschottung der USA mehr schadet als hilft." Offen zeigt sich die Messe München derzeit für neue Veranstaltungen. "Aktuell bemühen wir uns um die OutDoor, die bislang noch in Friedrichshafen stattfindet", sagte Dittrich. Die OutDoor gilt als weltweit größte Plattform für die Outdoorbranche. 2018 wird sie noch in Friedrichshafen stattfinden, anschließend endet der Vertrag von Veranstalter European Outdoor Group (EOG) mit der Messegesellschaft vom Bodensee. Die Konkurrenz aus München rechnet sich nun gute Chancen aus bei der Ausschreibung der EOG. "Die Messe stößt dort an ihre Grenzen und wir bieten beste Voraussetzungen für einen Umzug. Wir haben Platz, wir haben die notwendige Verkehrs- und Hotel-Infrastruktur und wir können Synergien zu anderen Segmenten der Sportbranche schaffen. Es gab ja früher mal eine Sommer-Ispo, diese Idee könnte man über die OutDoor wieder aufleben lassen", erklärte Dittrich. Interesse an der Messebranche wiederum zeigen offenbar Technologiefirmen wie Google, Facebook oder Alibaba. "Im Moment spüren wir ein großes Interesse an Kooperationen. Wir arbeiten zum Beispiel in China mit der Alibaba-Tochter T-Mall, sind aber auch mit Tech-Firmen aus dem Silicon Valley im Gespräch", sagte Dittrich. Deutschlands Messegesellschaften gelten als weltweit führend. 2016 haben sie mit 3,8 Milliarden Euro Rekordumsätze verbucht. "Der persönliche Kontakt ist durch nichts zu ersetzen. Das wissen auch die großen Firmen aus der digitalen Welt", sagte Dittrich. "Warum sonst hat Amazon Buchläden eröffnet, veranstaltet Xing Stammtische und hat Zalando mit der Bread&Butter sogar eine Messe gekauft?"

Bericht online:

<https://www.germandailynews.com/bericht-93229/messe-muenchen-bekannt-sich-zum-tuerkei-geschaef.html>

Redaktion und Verantwortlichkeit:

V.i.S.d.P. und gem. § 6 MDStV:

Haftungsausschluss:

Der Herausgeber übernimmt keine Haftung für die Richtigkeit oder Vollständigkeit der veröffentlichten Meldung, sondern stellt lediglich den Speicherplatz für die Bereitstellung und den Zugriff auf Inhalte Dritter zur Verfügung. Für den Inhalt der Meldung ist der allein jeweilige Autor verantwortlich.

Editorial program service of General News Agency:

UPA United Press Agency LTD
483 Green Lanes
UK, London N13NV 4BS
contact (at) unitedpressagency.com

