



Medien-Information 153 / 2012 - Vorläufiger Schlussbericht

07.10.2012

- DORTMUNDER HERBST mit mehr Ausstellern und Besuchern
- Neues Messekonzept kommt gut an
- „Es ist neuer Schwung in den DORTMUNDER HERBST gekommen“
- HAUS & ENERGIE erfolgreich gestartet

Dortmund (AWe) – Der DORTMUNDER HERBST hat 2012 erfolgreich abgeschlossen. Mit 744 Ausstellern im Vergleich zu 449 im Jahr 2011 zeigte sich das Angebot gegenüber dem Vorjahr deutlich breiter und verbessert. Aber auch die Besucherzahl konnte sich sehen lassen. 57.800 Menschen kamen zur Messe – etwa 15 Prozent mehr als 2011. Sabine Loos, Hauptgeschäftsführerin der Westfalenhallen Dortmund GmbH, sagt: „Der DORTMUNDER HERBST hat unsere Erwartungen 2012 vollauf erfüllt.“

Im Vorfeld war das Messekonzept überarbeitet worden. Aus der früher ganz allgemein „Verbraucherausstellung“ genannten Messe wurde ein Zusammenschluss aus insgesamt neun Themenmessen mit klar verständlichen Inhalten. Gleichzeitig kehrte das Gesamtangebot zum traditionsreichen Namen zurück: Das Messedach heißt nun wieder DORTMUNDER HERBST, der Zusatz „Boulevard“ ist gestrichen worden.

Den Besuchern gefällt das neue Konzept mehrheitlich gut. Das ergab die Besucherbefragung durch ein unabhängiges Messe-Marktforschungsinstitut. Die Besucher stimmten im Rahmen der Befragung auch mehrheitlich der Aussage zu „Der DORTMUNDER HERBST ist zeitgemäß“.

Die Aussteller begrüßen die Veränderungen ebenfalls. Pia Lemmer aus dem Marketing der Dortmunder Energie- und Wasserversorgungs GmbH DEW21 sagt beispielsweise: „Es ist neuer Schwung in den DORTMUNDER HERBST gekommen. Das neue Messekonzept kommt bei den Besuchern gut an, darauf lässt sich die nächsten Jahre aufbauen.“

Offensichtlich sorgte das veränderte Konzept unter anderem auch für Neugierde bei neuen Zielgruppen. Fast ein Viertel der Besucher war 2012 zum ersten Mal auf dem DORTMUNDER HERBST.

Die Favoriten aus Sicht der Besucher waren die Messen KÜCHE & GENUSS und ideenreich sowie der gesamte Themenbereich Haus und Wohnen. Fast 90 Prozent der Besucher gaben zusammenfassend an, **der Besuch des DORTMUNDER HERBST habe sich für sie gelohnt.**

Im Rahmen der KÜCHE & GENUSS präsentierten sich erstmals **Dortmunder Kulturvereine mit landestypischen Spezialitäten** – ein Angebot, das so gut angenommen wurde, dass es nächstes Jahr fortgesetzt werden soll, möglicherweise sogar noch größer.

Ein Ereignis für die ganze Region

Der DORTMUNDER HERBST bleibt **ein Ereignis für die Bewohner der gesamten Region.** 58 Prozent der Besucher wohnen in Dortmund und der unmittelbaren Umgebung. 24,2 Prozent waren aber auch 25 bis 50 Kilometer weit angereist und 17,8 Prozent sogar noch weiter.

83 Prozent der Besucher haben auf dem DORTMUNDER HERBST 2012 etwas gekauft oder bestellt, im Schnitt für 262 Euro. **Somit wurden auf der Messe insgesamt mehr als 12 Millionen Euro umgesetzt.**

Der DORTMUNDER HERBST bietet den Ausstellern **viele Kontakte, die sie nur auf dieser Messe knüpfen können.** Denn 58,4 Prozent der Besucher besuchen nach eigenen Angaben keine anderen Messen in der Region.

Aussteller: „Wir sind sehr zufrieden“

Maik Kalis, Geschäftsführer der Teakproducts GmbH, stellte 2012 zum ersten Mal auf der Messe aus. Er sagt: „Die Models auf der Modenschau-Bühne haben unsere Produkte vorgeführt. Danach kamen viele Besucher hier zum Stand. Unter anderem war die Nachfrage nach Schmuck- und Deko-Objekten gut. **Ich bin zufrieden und komme wahrscheinlich nächstes Jahr wieder.**“

Christel Propst vom Stand der Lelling GmbH ist ebenfalls „sehr zufrieden“: „Wir erreichen hier eine hohe Kundenzahl. Der DORTMUNDER HERBST ist für uns **besser gelaufen als letztes Jahr.** Die Werbung für die Messe war sehr wirkungsvoll.“

Rolf Rathjen ist bei FLIO-Design für die Messeorganisation zuständig. Angetan war er bereits im Vorfeld von der Organisation der Messe und vom „kompetenten Personal“. Auf dem DORTMUNDER HERBST selbst hat er erlebt, dass Besucher nicht nur an einem Tag zu ihm kamen, sondern **die Messe offenbar auch mehrfach besuchten.** Die

Kunstrasen-Taschen von FLIO-Design verkauften sich gut, zu Preisen von bis zu 125 Euro pro Stück.

Noch teurere Produkte hat Andrea Gaul von der CONDOR Elektrogeräte GmbH angeboten. Sie verkaufte auf der Messe zum Beispiel Dampfreiniger für **1.400 Euro pro Stück** – ein beratungsintensives Geschäft. „Wir hatten in diesem Jahr mehr Besucher auf dem Stand als 2011“, sagt sie.

Erfolgreiche Premiere der HAUS & ENERGIE

Eine erfolgreiche Premiere feierte die Messe HAUS & ENERGIE im Rahmen des DORTMUNDER HERBST. Fünf Tage lang stellte hier der Bundesarbeitskreis Altbaumerneuerung e.V. (BAKA) ein anspruchsvolles Fachvortragsprogramm rund um Energieeffizienz und Altbaupraxis auf die Beine. Ulrich Zink, Vorsitzender des BAKA, sagt: „Wir waren zum ersten Mal auf der HAUS & ENERGIE mit dem BAKA-Forum vertreten und haben es nicht bereut. **Die HAUS & ENERGIE hat Zukunft.**“ Die Besucherbefragung belegt zusätzlich, wie stark das Thema der HAUS & ENERGIE den Nerv der Besucher trifft: Mehr als die Hälfte der Besucher besitzt ein Haus oder eine Eigentumswohnung.

Die Eigentümerschutz-Gemeinschaft Haus & Grund Dortmund war ideeller Träger der HAUS & ENERGIE. Zu ihrem ersten Dortmunder „**Haus & Grund Tag**“ fanden sich über 250 Mitglieder auf der Messe ein.

Ungewöhnliches außerdem am Rande: Professor Armin D. Rogall von der Fachhochschule Dortmund hielt am Messe-Donnerstag eine **offene Vorlesung** auf der HAUS & ENERGIE, zu der 350 angehende Architekturstudenten kamen.

Die Aussteller ziehen eine positive Bilanz der ersten HAUS & ENERGIE. Adem Demir, zuständig für die Messeleitung bei der Kago Wärmesystem GmbH, sagt beispielsweise: „Die Messe war sehr gut, die ersten beiden Messetage sogar sensationell. Wir haben sehr viele gute Verkaufsgespräche geführt und auch viele Abschlüsse getätigt. **Die Messe war für uns ein voller Erfolg.** Wir kommen nächstes Jahr mit einem größeren Stand.“

Torsten Gralla, Vertriebsleiter der REW Solar AG, ist bereits ein erfahrener Messeaussteller: „Als Dortmunder Unternehmen und Marktführer in der Region kommen wir schon seit zehn Jahren auf den DORTMUNDER HERBST. **Das neue Messekonzept mit der HAUS & ENERGIE gefällt uns sehr gut**“, urteilt er.

Sabrina Barz aus dem Vertrieb der Feldmann Garagen GmbH & Co. KG ist „super zufrieden“ mit dem Verlauf des DORTMUNDER HERBST 2012. „Es waren wesentlich mehr Besucher als vergangenes Jahr auf der Messe. Die Resonanz auf unser Produkt ist hervorragend, **wir haben gute Geschäfte gemacht.**“

„Guter Messetermin“

Erstmals durchgeführt wurde auch die Messe ideenreich in Halle 5. Hier gab es ebenfalls zufriedene Gesichter bei den Ausstellern. „Die Messe ist aus unserer Sicht gut gelaufen“, so Andrea Kalkowski, Standleiterin bei Heike Schäfer Design. **„Der Zeitpunkt der Messe vor Beginn der Weihnachtssaison ist prima.“**

Die Westdeutschen Mineralientage, früher eine eigenständige Messe im Dortmunder Messeprogramm, waren 2012 erstmals in den DORTMUNDER HERBST integriert. Hans Brabender vom DMF International, dem Verband des Deutschen Mineralien- und Fossilienfachhandels, findet diese Kombination gut: „Die Besucher vermischen sich, **und es ergeben sich Synergien.**“

„Touristiker“ profitieren

Besonders erfreut vom Messeverlauf zeigten sich die „Touristiker“ in Halle 5. Sie profitierten stark von der Nähe zu dem beliebten Messethema der ideenreich. „So einen starken ersten Messetag habe ich **schon lange nicht mehr auf einer Messe erlebt**“, sagt beispielsweise Otto Aufleger, Marketing-Leiter der Regensburg Tourismus GmbH. Die UNTERWEGS läuft in diesem Jahr deutlich besser als 2011. 2013 sind wir wahrscheinlich wieder dabei.“

Regine Köpnick, Tourismus-Referentin bei der Bad Pyrmont Tourismus GmbH, konnte unter anderem Vertreter vieler Gruppen, Klubs und Vereine am Stand begrüßen. „Die Besucher sind hier **genauso interessiert wie auf einer reinen Reisemesse**“, hat sie beobachtet. „Wir sind sehr zufrieden.“

Bernd Schindewolf von der Kur- und Touristik-Information Bad Karlshafen stellte zum ersten Mal seit langem wieder auf dem DORTMUNDER HERBST aus. Er lobt **das große Interesse des Publikums an Reise- und Freizeithemen.** Er ist positiv überrascht und sagt: „Das hatte ich so nicht erwartet.“

Ausblick auf 2013

Genauso wie die Besucher wurden auch die Aussteller durch das Messe-Marktforschungsinstitut befragt. Ergebnis:

Die Zufriedenheit mit dem Besucheraufkommen hat 2012 im Vergleich zum Vorjahr zugenommen. Im kommenden Jahr beabsichtigt die deutliche Mehrheit der Aussteller somit wieder auf dem DORTMUNDER HERBST vertreten zu sein. Mehr als acht von zehn wollen einen gleich großen Stand mitbringen, jeder zehnte plant aber auch eine Vergrößerung.

Auch unter den Besuchern **sprachen sich bereits jetzt acht von zehn für einen erneuten Besuch des DORTMUNDER HERBST aus.** 2013 findet der DORTMUNDER HERBST vom 2. bis 6. Oktober statt. Hauptgeschäftsführerin Sabine Loos. „An dem Konzept der Themenmessen werden wir auch 2013 festhalten. Es hat sich eindeutig bewährt.“

Der DORTMUNDER HERBST 2012 auf einen Blick

DORTMUNDER HERBST	Titel
3. bis 7. Oktober 2012	Dauer
Zusammenschluss von neun Themenmessen: SeniorA – Messe für Leben im Alter 3. – 4.10.2012 HAUS & ENERGIE – Die Messe für Bauen, Renovieren und Energiesparen 3. – 7.10.2012 ideenreich – Basteln, Backen, Dekorieren 3. – 7.10.2012 KÜCHE & GENUSS – Markt für Essen, Trinken und Haushalt 3. – 7.10.2012 MODE & BEAUTY – Treffpunkt für Schönheit und Wohlbefinden 3. – 7.10.2012 UNTERWEGS – Freizeit + Reisen 3. – 7.10.2012 WOHNEN & EINRICHTEN – Alles für ein schönes Zuhause 3. – 7.10.2012 Westdeutsche Mineralientage Dortmund – Das internationale Ereignis für Freunde und Sammler von Mineralien, Fossilien, Edelsteinen und Schmuck 5. – 7.10.2012 Gesundheits-Messe BODY & HEALTH Dortmund – Die Messe fürs Leben 5. – 7.10.2012	Kurzbeschreibung
Messe Westfalenhallen Dortmund GmbH	Veranstalter
DHB-Netzwerk Haushalt, Landesverband Westfalen e. V.	Ideeller Träger
Westfalenhallen 3B bis 8	Hallen
Rund 45.000 Quadratmeter (brutto)	Ausstellungsfläche

<p>Insgesamt 744 Aussteller auf den neun Messen. Sie kamen aus 20 Ländern, unter anderem aus Australien, China, Frankreich, Großbritannien, Indien, Italien, Madagaskar, Pakistan, Spanien und Deutschland.</p>	<p>Aussteller</p>
<ul style="list-style-type: none"> - Modenschauen (MODE & BEAUTY) - Koch-Show mit Prominenten, präsentiert von Radio 91,2 (KÜCHE & GENUSS) - „Bunte Vielfalt“: Dortmunder Kulturvereine präsentieren sich und ihre Gerichte (KÜCHE & GENUSS) - Slow Food Dortmund: „Slow Food kocht!“ (KÜCHE & GENUSS) - DHB-Netzwerk Haushalt: „Fett: Freund oder Feind“ (KÜCHE & GENUSS) - Wandermarkt FEINES VOM LAND (KÜCHE & GENUSS) - Vegan backen mit Kim Wonderland (ideenreich) - Kostenfreier Workshop: Besucher erstellen das Messelogo im XXL-Format (ideenreich) - „Dortmunder Haus & Grund-Tag 2012“ am 5. Oktober (HAUS & ENERGIE) - Vortragsprogramm mit dem Bundesarbeitskreis Altbauserneuerung e.V. und den Gebäudeenergieberatern Rhein-Ruhr (HAUS & ENERGIE) - Sonderschau „Das sichere Haus“ (HAUS & ENERGIE) - Workshop: Gebrauchte Möbel wieder „salonfähig“ machen (WOHNEN & EINRICHTEN) - Sonderschau: Die edlen Steine der Region Idar-Oberstein (Westdeutsche Mineralientage Dortmund) - Goldwaschen und Schaupräparieren für Kinder (Mineralientage) - Edelstein- und Schmuckstücke-Bestimmungsstand (Mineralientage) - Gesundheits-Parcours: Besucher können sich durchchecken lassen (BODY & HEALTH) - Gesundheits-Akademie: Vortragsprogramm rund um die Gesundheit (BODY & HEALTH) - Kletter-Parcours (BODY & HEALTH) - Shiatsu-Lounge, Wellness- & Relax-Lounge (BODY & HEALTH) - Bühnenprogramm mit Fachbeiträgen zum Leben im Alter und Unterhaltung (SeniorA) 	<p>Programmpunkte</p>
<p>57.800 Besucher</p>	<p>Besucherszahl</p>

Medienkontakt:

Westfalahallen Dortmund GmbH
Marketing- und Unternehmenskommunikation
Tel.: 0231 / 12 04 – 514
Fax: 0231 / 12 04 – 724
E-Mail: andreas.weber@westfalahallen.de

honorarfrei -
Belegexemplar
erbeten