



# Regional stark, mehr aber nicht

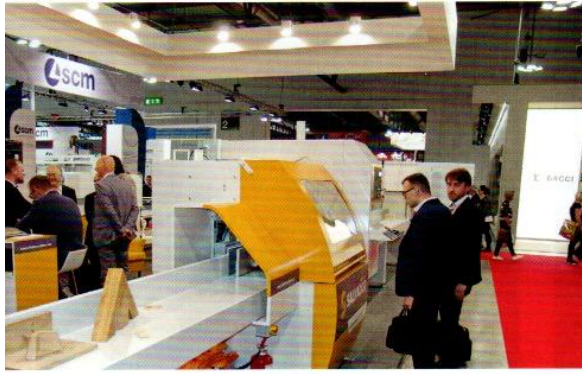
Luftsprünge muss nach dieser Xylexpo keiner machen. Es war eine gute Messe, doch längst nicht alle Erwartungen erfüllt. Vor allem der internationale Charakter geht weiter verloren. Die großen deutschen und italienischen Maschinenhersteller zogen ein positives Fazit, während viele kleinere Anbieter sich überlegen dürften, ob Kosten und Nutzen der Biennale noch im Einklang stehen.

Zur diesjährigen Xylexpo kamen nach Angaben des Veranstalters Cepra 37 000 Besucher (Eintritte), das sind knapp 10 Prozent weniger als zwei Jahre zuvor. Die Zahlen decken sich mit Einschätzungen von Ausstellern vor Ort, die von einem leicht zurückgegangenen Besucherinteresse gesprochen hatten. Was sich aber vor allem weiter verringert hat, ist die Dauer des Besuchs in Mailand. Sie sank von durchschnittlich 2,4 Tagen auf 2,1 Tage. 2014 lag der Wert noch bei 2,9 Tagen, bei den ausländischen Besuchern sogar bei 3,3 Tagen. Die Zahl der tatsächlichen Besucher (Köpfe) ist mit 17 781 hingegen um 2,1 Prozent gegenüber 2016 leicht angestiegen. Die Zahl ausländischer Besucher (Köpfe) veränderte sich mit 5 023 und einem Anteil von 28,3 Prozent nur geringfügig um 0,8 Prozent. Gefühlt sei die Zahl ausländischer Besucher jedoch stärker gesunken, berichteten viele Aussteller von ihrem persönlichen Eindruck.

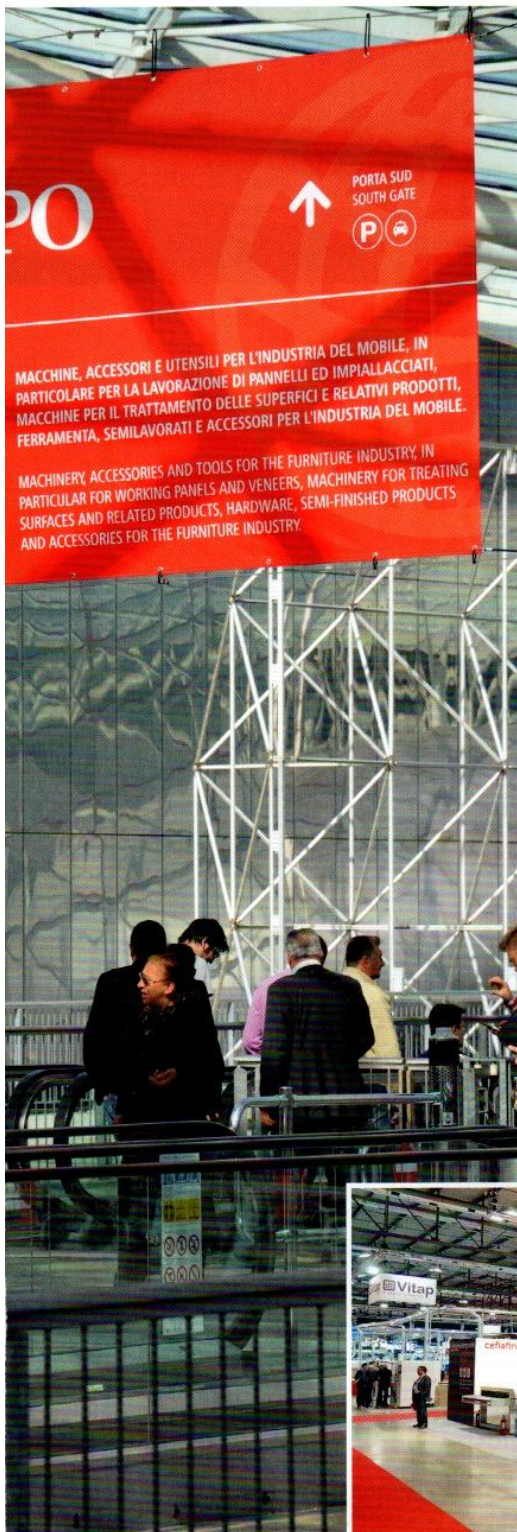
Gleichwohl genießt die Xylexpo bis heute einen international herausragenden Ruf, der zum einen historisch bedingt ist, zum anderen auf die weiterhin starke italienische Möbelindustrie zurückzuführen ist. Mit einem Blick auf die Zahlen ist das nurmehr eine Scheingröße. Von der Konkurrenz mit der Ligna haben sich die Verantwortlichen ohnehin verabschiedet. Nun wird es darum gehen, dass die Messe nicht eine reine Lokalmesse für den italienischen Markt wird.







Fotos: Schmalz, Fischer



Einige kleinere deutsche Aussteller beklagten vor allem das Fehlen der Besucher rund ums Mittelmeer. Unter anderem daraus resultiere eine gewisse Skepsis bezüglich der nächsten Xylexpo. Grundsätzlich infrage gestellt wird die Messe aber nicht, eventuell will man den Aufwand reduzieren.

Auch von den großen Herstellern wie von Homag hat man schon euphorischere Aussagen nach einer Messe gehört: „Sowohl den Auftragsengang als auch die Anzahl der qualifizierten Messekontakte bewerten wir als durchaus positiv.“ Die Weinig-Gruppe sprach nach der Messe von einer „allgemein eher verhaltenen Besucherresonanz“. Gleichwohl machten die Tauberbischofsheimer einen „hohen Anteil von Entscheidern und eine hohe Investitionsbereitschaft“ aus, sodass insgesamt ein „überzeugendes Ergebnis“ dabei herausrang. „Im Vergleich zu 2016 ist es uns gelungen, den Auftragsengang in der Gruppe mehr als zu verdoppeln“, so Gregor Baumbusch. Laut dem Weinig-Vertriebs- und Marketingvorstand wurden insgesamt 44 Maschinen und Anlagen verkauft.

Beim italienischen Oberflächenspezialisten Finiture freute man sich über die „Rückkehr von Kunden aus Griechenland und die vielversprechende Bestätigung von Anfragen aus dem Inland“. Biesse sprach von einem „Rekord-Auftragsengang in Höhe von 21,6 Mio. Euro“ und einer „eindrucksvollen nationalen Präsenz, stärker als in der Vergangenheit, die mit 38 Prozent des Gesamtauftragsengangs zu Buche schlug“. Insgesamt registrierten die Italiener vorwiegend Besucher aus Europa und einige aus Übersee. Bei SCM berichteten die Verantwortlichen von rund 500 Kunden, von denen das Standpersonal die Bestellungen und Kontaktdaten einge-

sammelt hat oder mit denen es Verhandlungen geführt hat. Rund die Hälfte davon kam aus Italien, „ausländische Kunden stammten mehrheitlich aus Russland und Frankreich“. SCM rechnet mit einem Auftragsplus durch die Messe von rund 30 Mio. Euro. „Wir sind sehr zufrieden mit der Xylexpo“, betonte Luigi De Vito, Direktor der Division Holzbearbeitungsmaschinen.

„Wir haben immer an die Messe in Mailand geglaubt“, versicherte Christian Salvador, Firmenchef von Solidea. Und auch diesmal sei man nicht enttäuscht worden. Im Gegenteil: Salvador sprach von einer „guten Messe“ und lobte insbesondere die „hohe Qualität der Besucher, die auch nicht nur für einen flüchtigen Blick auf die Technologie vorbeikamen“. Die Xylexpo werde „mehr und mehr zu einer Messe, auf der die Menschen analysieren, resümieren und anschließend einen gemeinsamen Weg definieren“.

Ungeachtet der eher mäßigen Besucherzahlen zeigte sich in Mailand ein lebendiges und investitionsfreudiges Klima. Viele Hersteller fuhren mit einem dicken Auftragsbuch nach Hause und stockten den ohnehin hohen Auftragsbestand noch einmal auf. Klagen über mangelnde Aufträge gab es eigentlich nirgendwo zu hören. Zumeist sind die Firmen gut bis sehr gut ausgelastet. Eher spricht man im Maschinenbau aktuell von Kapazitäts- statt von Auftragsmangel.

Dario Corbetta, Geschäftsführer des italienischen Branchenverbands Acimall und Vizepräsident von Cepra, lobte vor allem die gezeigten Anlagen: „Bei keiner anderen Messe weltweit haben wir so viel fortschrittliche Technologie und Automatisierung gesehen.“ Zu den Besucherzahlen äußerte er sich etwas weniger euphorisch: „Die Xylexpo hat ihren Platz gefunden in der zunehmend vollen bis überfüllten Landschaft der Industriemessen weltweit.“ Man habe einen klaren Schritt hin zur „Hochtechnologie“ gemacht, was zu einer noch „ausgesuchteren und qualifizierteren Besucherschaft mit hoher Entscheidungskompetenz“ geführt habe.

