

Erste Ausgabe der Unternehmensmesse Contact geht zu Ende

Was der Bauer nicht kennt ...



Fotos: Pierre Matgé

Die Stände hatten einiges zu bieten. Auch der Wirtschaftsminister ließ es sich bei der Eröffnung nicht nehmen, sich in ein Formel-1-Auto zu setzen.

Contact 2007: Erste Ausgabe einer guten Idee, Business-Messe, gut organisiert, ansprechende Stände, aber: Es fehlte an Besuchern.

„Wir haben 17.000 kleine und mittlere Unternehmen in Luxemburg“, sagte Mittelstandsminister Fernand Boden am Donnerstagmorgen in der Luxexpo. Es gibt also eine Kundenschaft für Messen wie Contact, die Stände, Konferenzen und Matchmaking vereinen.

Der Stand der Euro Info Center, der alleine 600 Quadratmeter beanspruchte, hatte Hochkonjunktur. Dort fand die „b2fair“ statt. Dabei handelt es sich um ein Event, zu dem Unternehmen sich im Vorfeld und während der Messe anmelden können. Die Euro Info Center vermitteln ihnen dann Termine mit potenziellen Partnern.

„Wir hatten an die 1.000 Termine zwischen 300 Menschen“, freut sich Sabrina Sagamola des Euro Info Centers. Hauptsächlich handelte es sich um Unternehmen aus der Großregion. Es war sogar eine Delegation aus Polen angereist, die im nächsten Jahr wiederkommen will. „Wir wollen die Unternehmen langfristig als Großregion hier begrüßen.“

Die anderen Stände der Messe waren weniger dicht besiedelt. Zwar lobten alle Teilnehmer die hervorragende Organisation und die Professionalität der Stände. Doch so manch einer bedauerte die geringe Anzahl an Besuchern. Man darf allerdings nicht vergessen, dass es sich um die erste Ausgabe von Contact handelt. Und was der Bauer nicht kennt, das frisst er bekanntlich nicht.

Ghislain Ludwig, Direktor der Werbeagentur Brain&More, die das Event mitorganisiert hatte, zeigte sich dennoch zuversichtlich: „Wir hätten uns schon ein paar Besucher mehr gewünscht, doch alles in allem sind wir zufrieden für eine erste Ausgabe. Vor den Sommerferien hatten wir mit viel weniger Teilnehmern gerechnet.“ Jetzt werde man sehen, was nächstes Jahr verbessert werden könne.

„Dabei sein, ist alles“

Auch die Teilnehmer wollen nächstes Jahr wieder dabei sein. Die Gründe dafür sind unterschiedlich. Mit Roeder war ein französischer Versicherungsmakler präsent, der auf Betriebsrenten spezialisiert ist. „Wir sind hier, um erste Kontakte herzu-

stellen und den Luxemburger Markt zu sondieren“, erklärt die Sprecherin. Sie will nächstes Jahr wieder an der „b2fair“ teilnehmen, um Kontakte zu knüpfen, aber keine 3.000 Euro mehr in einen Stand investieren. „Das rechnet sich nicht für uns.“

Andere finden den Stand wichtig, um Präsenz zu zeigen. So die Asbl. Jonk Entrepreneuren. „Dabei sein, ist alles“, sei ihr Motto, erklärt die Sprecherin. Auch wenn nur der eine oder der andere den Stand sehe und sich daran erinnere, sei man nicht umsonst da gewesen.

Präsenz zeigen will auch die Garage Losch. „Ich finde die Idee super“, sagt der Sprecher. „Wir haben eine Reihe interessanter Kontakte geknüpft.“ Allerdings habe auch er mit mehr Besuchern gerechnet. Doch: „Ich bin überzeugt, dass die zweite Ausgabe ein voller Erfolg wird.“



Die Mitarbeiterin von 3M erklärt ein Isolationsystem