**MEDIENINFO**

**von Reed Exhibitions Messe Salzburg**

SCHLUSSBERICHT

**30. AutoZum mit Leuchtturm-Funktion**

Innovationen, Informationen, Know-how und Trenddarstellungen bieten der Branche nötige Orientierung in Zeiten des Umbruchs

Aussteller schätzen hohe Besucherfrequenz und –qualität

SALZBURG (22. Jänner 2019). – „Gerade in Zeiten des Umbruchs, des technologischen Wandels erweisen Fachmessen am allermeisten ihre Stärken und ihr Potenzial an Mehrwert: Sie präsentieren Neuheiten und Innovationen, sind Drehscheiben für Informationen und Know-how und stellen zukünftige Entwicklungen und Trends dar. Umso erfreulicher, dass die [AutoZum](https://www.autozum.at/) 2019 dabei als eine Art Leuchtturm zur Orientierung fungieren konnte. Die rege Besucherfrequenz und die hohe Entscheiderqualität haben bewiesen, dass ungebrochen hohes Interesse an den Produkten und am Fachprogramm besteht. Leider haben die Besucher den einen oder anderen key-player vermisst. Wir werden alles daran setzen, diese Lücke das nächste Mal wieder zu schließen“, sagt Dietmar Eiden, für B2B-Messen verantwortlicher Managing Director bei Reed Exhibitions.

272 Aussteller\* aus dem In- und Ausland hatten an vier Messetagen (16. bis 19. Jänner) bei der 30. Edition der internationalen Fachmesse AutoZum im Messezentrum Salzburg alle Produkte, Dienstleistungen und Neuheiten präsentiert, die maßgeschneidert für den automotiven After-Sales-Markt sind. Mit exakt 23.747 Fachbesucher liegt der Fachbesucherzuspruch weiterhin auf hohem Niveau – und zwar zwischen jenem der AutoZum 2015 und jenem von 2017. Jeder sechste Besucher kam aus dem Ausland zur AutoZum 2019 angereist, vor allem aus Deutschland und Italien, aber auch Tschechien, der Slowakei, Ungarn und Slowenien.

**Enge Verzahnung von Theorie und Praxis**

Die AutoZum bietet alle zwei Jahre ein einzigartiges Produktangebot aus den Bereichen Autoteile, Werkstattausrüstung, Tankstellenausrüstung, Fahrzeugwäsche, Zubehör und Tuning. Darüber hinaus ist sie der wichtigste Treffpunkt der automotiven After Sales Branchen, der optimale Voraussetzungen für Geschäftsanbahnung, Kontaktpflege und Networking bietet. Breiten Raum nahm auch das Fachprogramm ein. „Eine erfolgreiche Fachmesse kombiniert Praxis und Theorie in einem eng verzahnten Konzept. Vor diesem Hintergrund haben wir den wissensvermittelnden Teil der AutoZum 2019 thematisch breit und in der Tiefe hochkarätig gestaltet wie noch nie“, erklärt Alexander Eigner, für die AutoZum zuständiger Category Manager bei Veranstalter Reed Exhibitions.

**Fachprogramm: Eine Abfolge von Highlights**

An den ersten beiden Messetagen zeigte beispielsweise der Auto & Wirtschaft Verlag mit einer Vortragsreihe im A&W-Forum in Halle 10 Flagge. Als Top-Speaker waren Prof. Hannes Brachat, Herausgeber AUTOHAUS, unter dem Titel „Zukunft des Handels: Digital und Analog“ und Service-Spezialist Erwin Wagner, zu „Zukunftschancen der Werkstätten“ aufgeboten worden. Neben dem Reifenforum, wo Goodyear und Dunlop die Reifenindustrie repräsentierten, stand am dritten Messetag der VRÖ Reifentag im A&W-Forum in Halle 10 unter dem Generalthema „Prozesse optimieren - Mobilität quo vadis“ auf dem Programm. Auch die Bundesinnung für Fahrzeugtechnik der WKO war mit einem Vortragsprogramm präsent. Zudem fand im Rahmen der Messe der Tag der Transportwirtschaft inklusive der offiziellen Fachverbandsausschusssitzung statt. Inhaltlicher Schwerpunkt war dabei die Fahrzeugdigitalisierung, die neue Mobilitätsansätze geradezu forciert. Und am dritten Tag luden der Fachverband der Garagen-, Tankstellen- und Serviceunternehmen gemeinsam mit der Fachzeitschrift ATG in den Räumen 7 und 8 im ersten Obergeschoß der Halle 10 zum Branchentreff 2019. In vier Themenblöcken gab es Aktuelles rund um Tankstellen, Servicegewerbe, Garagen und Bistro.

**3. internationaler Fachkongress „Vernetzte Mobilität“**

Bereits am ersten Tag der AutoZum 2019 ging der 3. Internationale Fachkongress „Vernetzte Mobilität“ mit Top-Referenten und einem qualitativ hochwertigen Themenmix der aktuellen Mobilitätstrends über die Bühne. Die spannenden Themenschwerpunkte reichten von der Fahrzeugdigitalisierung, den damit verbundenen Datenschutzaspekten, digitalen Services über Elektromobilität bis hin zu neuen Mobilitätskonzepten. Klimaschutz versus individuelle Mobilität zog sich wie ein roter Faden durch alle Beiträge.

Die Vorträge zeigten klar auf, dass die mobile Transformation in vollem Gange und das Rennen im Bereich E-Mobilität spannender denn je ist.

Autonomes Fahren bleibt ein großes Thema, und das Klimaschutzabkommen erfordert, dass die Autohersteller auf Alternativen setzen müssen und werden. Die Anzahl an Daten-produzierenden Fahrzeugen steigt stark, ein modernes Fahrzeug ist damit ein Computer auf Rädern und verursacht nicht nur Fuhrpark-Verantwortlichen schlaflose Nächte.

Angesichts der klaren Ziele des Pariser Klimaschutzabkommens kommen aber auch auf Unternehmen neue Aufgaben zu – es wird erwartet, dass sie Ihre gesellschaftliche Verantwortung verstärkt wahrnehmen. Umwelt-Controlling, professionelles Mobilitätsmanagement und der Boom neuer Mobilitätsdienstleistungen steht für den Megatrend der Individualisierung in der nachhaltigen Mobilität. Der Wachstumsmarkt Mobilität fordert immer mehr intelligente Mobilitätslösungen. Raimund Wagner, der Veranstalter des Fachkongresses und Geschäftsführer der Carsulting fasste die Mobilitätstrends kurz zusammen: „Weg vom Fahrzeug und vermehrt in Services denken!“

**Aufschlussreiche Ergebnisse der Fachbesucherbefragung**

Unter dem Titel „Zukunft der Mobilität“ wurden mehr als 400 Fachbesucher danach befragt, welche relevanten Themen ihrer Meinung nach in Zukunft vermehrt an Bedeutung gewinnen würden. An erster Stelle wurden von der Hälfte der Interviewten Fahrzeugtechnologien genannt, ein Drittel die Elektromobilität; es folgten Mobilität und Sicherheit (29,2 %), nachhaltige Mobilitätsformen (21,0 %), Personenmobilität (19,1 %), Reduzierung der Emissionen und Immissionen (16,4 %), Reduzierung des Energie- und Ressourcenverbrauchs (16,4 %), Verkehrsinfrastruktur (14,7 %) sowie Gütermobilität oder Mobilität im Nutzfahrzeugbereich (6,0 %). Dasselbe Ranking ergab sich bei den ersten vier Bereichen auch auf die Frage, welche Themen die AutoZum in Zukunft verstärkt in den Fokus rücken sollten, dann folgten Energie- und Ressourcenreduzierung, Emissions- und Immissionsreduzierung, Verkehrsinfrastruktur, Personenmobilität und Gütermobilität.

Unter den Fachbesuchern der AutoZum 2019 stellten laut Befragung, bei der 41,1 Prozent als Stammbesucher deklarierten, die Kfz-Werkstätten wieder die mit weitem Abstand stärkste Besuchergruppe (46,6 %); es folgten, um die signifikantesten Sparten zu nennen, Reifenhandel, Ersatzteilfachhandel, Autohandel, Lackierereien und Zubehörfachhandel. Nach Aufgabenbereichen im Unternehmen bildeten selbständige Unternehmer (23,4 %) sowie Kfz-Techniker und Mechaniker (23,2 %) die größten Besucherkontingente, gefolgt von Vertrieb und Verkauf (13,3 %) und Geschäftsführern (9,2 %). Beim Interesse an den präsentierten Produktbereichen ergab sich folgendes Ranking: Autowerkstatt und deren Einrichtung und Ausstattung (42,0 %), Reifen und Felgen (36,2 %), Karosserieteile und Instandsetzung (27,8 %), Lacke und Lackiertechnik (26,8 %), Tuning und Styling (20,5 %) sowie Nutzfahrzeugteile und Zubehör (17,1 %), um auch hier nur die signifikantesten Themen anzuführen.

**Hohe Zufriedenheitswerte**

Mit der Messe insgesamt zeigten sich bei der Befragung 84,8 Prozent sehr zufrieden, gut neun von zehn Befragten bewerteten das Messeangebot als vollständig, ebenso viele wollen die AutoZum weiterempfehlen, und 89,3 Prozent meinten, vom Messebesuch profitiert zu haben. Zwei Drittel hatten neue Produkte und Anbieter entdeckt. Ein Drittel nutzte die Messe gleich zu Einkäufen und Bestellungen vor Ort, fast drei von fünf Befragten wollten ihre Dispositionen zu einem späteren Zeitpunkt aufgrund des Messebesuchs treffen. Im Detail wurden von den Befragten folgende Kriterien besonders positiv hervorgehoben: große Auswahl an Produkten und Sortimenten, Messeatmosphäre und Stimmung, hochwertige Präsentationen der Aussteller, Anwesenheit aller wichtigen Aussteller, hohe Anzahl an Ausstellern pro Branchensegment und die große Anzahl an Neuheiten und Innovationen.

Mit der aktuellen wirtschaftlichen Situation ihrer Branche zeigten 78,4 Prozent sehr zufrieden. Und in den nächsten zwölf Monaten rechnen 69,8 Prozent sogar mit einer deutlichen Verbesserung der Entwicklung. Die Branche begreift offensichtlich den technologischen Wandel als Herausforderung und Chance.

**Hoch zufriedene Aussteller**

Die 30. Ausgabe der AutoZum ist für die Ausstellerschaft, wie die nachfolgenden Stellungnahmen beweisen, sehr zufriedenstellend verlaufen. So sagte Harald Winkler, MBA, Divisionsleiter Automotive der Würth Handelsges.m.b.H.: „Wir von Würth sind mit der Qualität und der Quantität der Besucher voll zufrieden, vor allem der Mittwoch und Donnerstag waren für uns Highlights. Es waren wirklich Entscheider da, die wie in alten Zeiten Direktumsatz getätigt haben, auch im Investitionsgüterbereich! Wir haben an diesen zwei Tagen sicherlich die stärkste AutoZum erlebt! Zusätzlich haben wir viele Leads generiert und Interessenten gesammelt, die den Erfolg der Messe abrunden. Kurzum, das Messekonzept der AutoZum ist sehr stimmig und hat auf jeden Fall die richtige Ausrichtung! Wir müssen die Messe nur auf die neuen Trends ausrichten.“

Auch Derendinger war sehr zufrieden. Bruno Weidenthaler, CEO SAG Austria Handels GmbH: „Wir sind mit dem Verlauf der AutoZum 2019 und den geführten Kundengesprächen sehr zufrieden. Die AutoZum ist für uns eine wichtige Plattform und wesentliche Maßnahme im Bereich Kundenbindung und Lieferantenkontakt. Unsere Branche ist einem starken Wandel unterworfen, deshalb wünschen wir uns für die nächste Messe, dass zukünftige Trends und Themen noch besser integriert werden und unsere Werkstattpartner die AutoZum weiterhin als informatives und zukunftsweisendes Format besuchen!“

Begeistert äußerte sich auch Herbert Weidenthaler, Verkaufsleiter der SONAX Gesellschaft m.b.H.: „Die AutoZum 2019 ist super gelaufen! Der Zulauf der Besucher bei SONAX war sehr hoch. Vor allem aber haben meine Kollegen von der Fahrzeugaufbereitung (Hauptthema auf der Messe) bestätigt, dass die Qualität der Besucher eine sehr hohe war. Genau diese Besuchergruppen wissen, wovon sie sprechen, wissen was sie brauchen, sie kennen die Produkte und haben großes Interesse gezeigt. Und das ist die Plattform, die wir nutzen wollen, um eben in den Werkstätten und Autohäusern unser Image auch in der PFA (professionelle Fahrzeugaufbereitung) zu stärken. Wir haben 2017 schon sehr gut damit gestartet und unseren Außendienst in der PFA verstärkt. Die AutoZum bestätigt uns, dass das der richtige Weg ist!“

Stefan Kubina, Marketing-Leiter von Birner, zog ebenfalls ein sehr positives Fazit: „Wir freuen uns über einen recht vollen Stand, führen gute Gespräche und sind zufrieden. Für uns ist die AutoZum alle zwei Jahre quasi das letzte Highlight in unserem Geschäftsjahr. Da wir ein schiefes Geschäftsjahr haben, das mit Jänner endet, ist die AutoZum für uns der letzte Push vorm Jahresende und ein Fixpunkt. Für uns ist die AutoZum die einzig große Messe, die wir belegen. Sie hat ein breites Ausstellerportfolio, und demnach kann man die Schlagkraft vom ganzen Netzwerk sehr gut nutzen.“

Ähnlich äußerte sich Ing. Alfred Rieder, Sales Director Region South East Europe der Berner Gesellschaft m.b.H.: „Wir von Berner können ein sehr positives Resümee zur diesjährigen AutoZum ziehen. Sowohl was die Frequenz als auch die Qualität der Kundengespräche betrifft. Wie auch bereits in den vergangenen Jahren, sehen wir einen regen Zulauf. Die AutoZum bietet einfach eine gute Gelegenheit, unser Produktportfolio zu präsentieren und Neuheiten vorzustellen, ob produktseitig oder Serviceleistungen.“

Auch bei AkzoNobel war man vom Messeverlauf höchst angetan, wie Daniel Kapeller, VR (Vehicle Refinish) Premium Sales Manager Österreich, berichtete „AkzoNobel war ja seit vielen Jahren wieder (über 20 Jahre) auf der AutoZum und wir sind begeistert. Als einer der größten Lackhersteller weltweit sind wir das unseren Kunden schuldig, hier vertreten zu sein. Die AutoZum ist die Leitmesse schlechthin. Wir haben genau das Publikum hier, das wir brauchen, nämlich den Lackierer, den Karosseur, aber auch den Entscheidungsträger. Wir hatten entspannte und qualitativ hochwertige Gespräche und haben sehr viele Kundenkontakte gemacht - die wir anderweitig nicht so schnell kriegen würden. Die AutoZum ist so unheimlich wichtig, um den Kunden die Möglichkeit zu bieten, sich informieren zu können. Wir sind echt glücklich und stolz, dass wir AkzoNobel mit den Marken Sikkens, Leasonal, Dynacoat und Autocoat BT auf der AutoZum präsentieren konnten!“

**Nächste AutoZum im Jahr 2021**

Der rege Fachbesucherzuspruch sowie die überaus positiven Reaktionen der Aussteller bescheren der AutoZum für die kommende Edition eine solide Basis, auf der das Team um Alexander Eigner nun weiter aufbauen kann. Die 31. AutoZum wird turnusgemäß in zwei Jahren, vom 20. bis 23. Jänner 2021, im Messezentrum Salzburg stattfinden. (+++)

***\*) Bei allen personenbezogenen Bezeichnungen gilt die gewählte Form in Ausführung des Art. 7 B-VG auf Frauen und Männer in gleicher Weise.***

**Wichtiger Hinweis: Erstmals werden die Original-Redebeiträge der Talkrunden im Rahmen der Eröffnung der AutoZum vom 16.01. auf der Messe-Website im Pressebereich der AutoZum als O-Ton-Service angeboten. Abrufbar unter** [**www.autozum.at/presse/berichten/oton**](https://www.autozum.at/de/presse/berichten/oton/)**.**

Weitere Informationen unter [www.autozum.at](https://www.autozum.at/) bzw. [www.autozum.at/presse](https://www.autozum.at/de/presse/)

**Rückfragehinweis:**

Mag. Paul Hammerl

Director Brand PR

Elisabeth Baumann-Rott, MSc

Senior PR Manager

Tanja Lettner

PR Manager

Tel. +43 (0)662 4477 2411

[presse@reedexpo.at](mailto:presse@reedexpo.at)



**Reed Exhibitions Österreich**

Reed Exhibitions Österreich ist eine Tochter des in London ansässigen Reed Exhibitions Konzerns (RELX-Group), der als einer der weltweiten Marktführer im Messe- und Veranstaltungsgeschäft in mehr als 40 Ländern tätig ist. Zur österreichischen Firmengruppe gehören Reed Exhibitions Messe Salzburg, Reed Exhibitions Messe Wien, Exklusivbetreiber der Messe Wien, und STANDout, eines der Top 20 europäischer Messebau-Unternehmen. Reed Exhibitions Österreich ist mit ~370 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern an den Standorten Salzburg, Wien, Linz, Wels und Düsseldorf tätig.

Wir verbinden Menschen mit Kontakten, Wissen und Emotionen.

Reed Messe Salzburg GmbH Reed Messe Wien GmbH

Am Messezentrum 6, Postfach 285 Messeplatz 1, Postfach 277

A-5021 Salzburg A-1021 Wien

Tel: +43 (0)662 4477-2411 Tel: +43 (0)1 727 20-2420

[www.messe.at](http://click.email-reedexpo.com/?qs=a444690a57188b194755968beb606f335f6bb579229745f302521f4e0bc50c90f67f90de7e7965f70ee3507f63080115) - [presse@messe.at](mailto:presse@messe.at) [www.messe.at](http://click.email-reedexpo.com/?qs=a444690a57188b194755968beb606f335f6bb579229745f302521f4e0bc50c90f67f90de7e7965f70ee3507f63080115) - [presse@messe.at](mailto:presse@messe.at)