

Das Gerangel um eine HIT, die für die Branche unbedingt notwendig ist, bis jetzt aber niemanden zufriedenstellte, ist in eine neue Phase getreten. Handel und Industrie haben sich geeinigt.

**U**m dem Wunsch der UE-Aussteller nachzukommen und eine publikumsattraktivere Messe auf die Beine zu stellen, legte der neue Messedirektor Alfred Waschl heuer die HIT und die PCExpo zusammen und kreierte die PCmultimediaHIT. An sich eine sehr logische und erfolversprechende Kombination, die jedoch an verschiedenen Unvereinbarkeiten gescheitert ist.

Zum einen kamen nur um rund 2000 Besucher mehr als zur HIT 1995, zum anderen agierten UE-Anbieter nur als Präsentatoren während in der Nachbarhalle die EDV-Firmen und einige Großflächenvertreiber Cash machen konnten. Zudem vertragen sich die Terminwünsche von EDV-Seite (näher zu Weihnachten) und der UE-Seite (Anfang September) nicht. Und auch das von den Ausstellern geforderte Spektakel a la IFA gab es nicht.

Dennoch sprach das Messteam um Alfred Waschl vollmundig von einem Erfolg und fixierte flugs, ohne sich mit der UE-Industrie abgesprochen zu haben, den Termin der PCmultimediaHIT 97 im internationalen Messekalender. Demnach soll diese im nächsten Jahr vom 1. bis 5. Oktober stattfinden – mit Fachhandelstagen im Vorlauf (27. bis 30.9.).

### Die Kooperationsidee

Schon während der HIT waren sich die Kooperationen einig, solch eine Messe nicht mehr mit ihren Tagungen verbinden zu wollen. Während aber die einen (Funk-

berater und Expert) für eine eigenständige Kooperationsmesse im Westen Österreichs plädierten (auch wenn damit die Publikumsmesse gestorben wäre), forderten die anderen sehr wohl eine Publikumsmesse und fanden sich dabei im Einklang mit dem übrigen Handel und der Industrie, die einen medienwirksamen Branchen-Event für unabdingbar halten.

### Ohne uns

Alle waren sich aber einig darüber, daß eine, mit Fachhandelstagen verbundene HIT nicht Ende September/Anfang Oktober stattfinden könne. „Wenn die Messe sich auf einen so späten Termin festgelegt hat, dann wird sie das ohne uns tun müssen,“ sagten unisono die Marktführer Helmut Wildhofen, Friedrich Lechner und Walter Hansl.

Ebenso aber war sich die Industrie klar darüber, daß es eine Publikumsmesse geben muß. „Wir waren aus der Erfahrung her höchst überrascht, wie vehement die Industrie auf einer professionell gestalteten Publikumsmesse bestand,“ sagte uns Funkberater-Geschäftsführer Kurt Weiss. Und wieder waren es die drei Marktführer, die hier präzisieren: „Wir müssen dem Fachhandel eine Publikumspräsentation geben. Das kann nur im Großraum Wien mit seinen über 3 Millionen Einwohnern sein. Aber wir können uns nur eine Messe leisten, daher muß diese Publikumsveranstaltung verbunden mit den für uns ebenso wichtigen Fachhandelstagen sein. Diese können aber nur Anfang

September stattfinden, da wir sonst einen ganzen Ordermonat verlieren würden.“

Darauf einigte man sich mit den Kooperation im Rahmen einer Sitzung, die am 22.10. in der Funkberaterzentrale stattfand. „In einem ganz ausgezeichneten Klima und mit überraschender Einigkeit,“ wie Ruefach-Geschäftsführer Turan bestätigte. „Wir hätten die Publikumsmesse zwar lieber im

men – und einigte sich auch da rasch.

Es wurde ein Briefing mit den Bedingungen für alle zukünftigen Veranstalter der HIT entworfen. Dieses wurde dann in der letzten Oktoberwoche allen in Frage kommenden Veranstaltern (von Jagersberger über die einzelnen Ausstellungsträger wie Wiener Messe, Austria Center oder Hofburg bis hin zum ORF) als Ausschreibung vorgelegt und von diesen verlangt, bis Anfang Dezember ein Konzept vorzulegen. Dieses müsse einen spektakulären Erfolg garantieren und könne weit über ein normales Messekonzept hinausgehen. Noch im Dezember wird dann darüber entschieden.

### Alles klar bei der Weißware

Die Weißwarenanbieter haben sich längst darauf geeinigt, daß ihre Publikumspräsentation auf der Bauen & Wohnen stattfinden wird. Dennoch würden sie wieder eine Fachhandelsausstellung anlässlich der Händlertage der HIT organisieren. Allerdings sicher nicht Ende September – „da schon lieber eine eigene Fachhandelsmesse, wo immer sie auch stattfinden sollte“.

### Waschl bleibt hart

Zumindest bis Redaktionsschluß blieb Messedirektor Waschl bei seinem Termin. Zumal er sich mit den EDV-Anbietern aber auch der Fotobranche und dem High End-Bereich einig ist. Dementgegen steht eine in Insiderkreisen kolportierte Aussage von ihm, nachdem er durchaus bereit sei, einem neuen Veranstalter oder der Industrie um 8 bis 10 Millionen Schilling den geschützten Namen HIT zu verkaufen. ♦

HIT 1997

# Alles wird anders



Kein Grund für die Siegespose von Mag. Alfred Waschl.

November gehabt, sehen aber die Argumentation der Industrie ein,“ erklärte Kurt Weiss das Nachgeben der Funkberater. „Wir sagten – wie alle anderen Kooperationen auch – zu, dann auch unsere Tagungen nach Wien zu bringen.“

### Das Konzept:

Die Einigung auf Wien und den Termin (7. bis 14. 9. 1997) war den Teilnehmern an dieser Besprechung aber noch zu wenig. Sie wollten jetzt ein für alle Mal Nägel mit Köpfen machen. Also besprach man auch gleich in einem Aufwasch das Konzept oder zumindest die Vorgangsweise, um auf ein haltbares Konzept zu kom-