

Lob für die Organisatoren

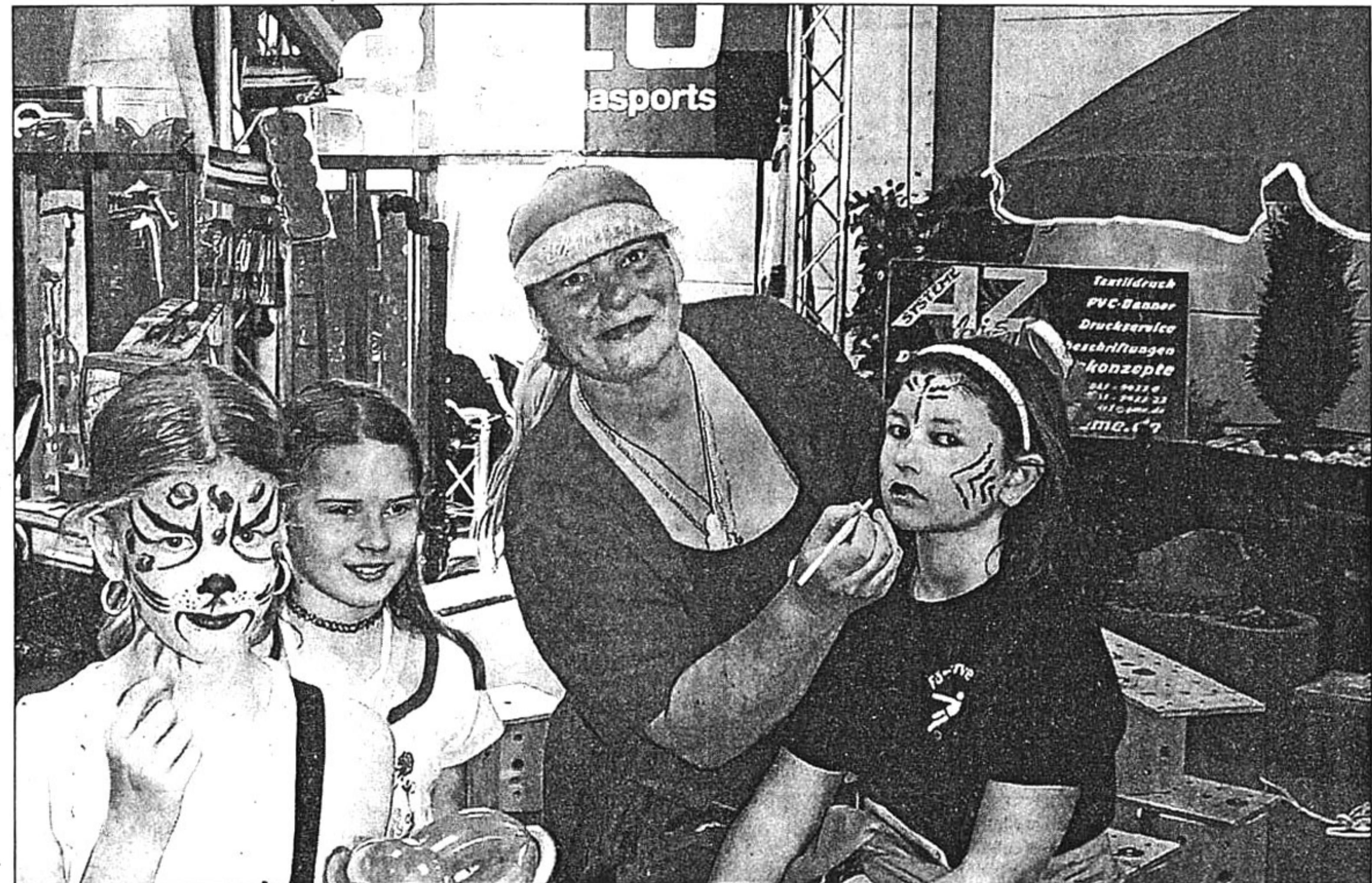
Lifestyle-Messe – Aussteller freuen sich über positive Atmosphäre, hatten aber mehr Andrang erhofft

MICHELSTADT. Zufrieden ist Geschäftsführer Thomas Diamantidis mit dem Verlauf der fünften Lifestyle-Messe, wenn auch die Veranstaltung am Wochenende auf dem Michelstädter Bienenmarktgelände hinsichtlich der Besucherzahlen nicht ganz seinen Erwartungen entsprach.

Was der Messe besonderen Reiz verlieh, war die ungewöhnliche Konzeptionierung. Denn die Aussteller profitierten von einer Idee der Lifestyle-Macher: Jedes Unternehmen konnte sich dank Anordnung der Stände auf dem Areal publikumswirksam präsentieren. Dies ermöglichte Zugang von allen Seiten und luftige Offenheit. Zufrieden äußersten sich auch die Betreiber des Kulinariums, die ihr Angebot einer Mischung aus mediterraner und asiatischer Küche gut angenommen sahen.

Überhaupt: Was das Angebotsspektrum anging, sprachen viele Aussteller von der am besten organisierten Veranstaltung seit Bestehen der Lifestyle-Messen. Auch wenn gemäß eines ersten Rückblicks nur wenige neue Kunden gewonnen werden konnten, freuten sich die Geschäftsleute über ein interessiertes und für Neuheiten offenes Stammpublikum. Und ein sofort messbarer

Verkaufserfolg war auch nicht Ziel der Veranstalter. Das gemeinsame Auftreten mit durchdachter Außenwirkung stand im Vordergrund. Individuelle Erfolge, so Diamantidis, seien so schnell auch kaum messbar. Zeigten sich



Schminken? Ja, gern! Die Lifestyle-Messe lockte zwar übers Wochenende nicht gerade massenhaft Besucher nach Michelstadt, doch sprachen die Ausstellenden durchweg von einer guten Organisation der Messe und erfreulichen Gesprächen mit Interessierten.

FOTO: MICHEL LANG

die Beschicker der Messe erfreut über das Konzept, so bemängelte der ein oder andere die Resonanz im Allgemeinen.

„Allerdings ist Masse nicht gleich Klasse!“, befand eine der Ausstellenden. Schließlich fiel der

Andrang wohl auch wegen der sommerlichen Temperaturen nicht so üppig aus: Bei nahezu 30 Grad Celsius ließen es sich viele potentielle Besucher lieber im heimischen Garten oder in den Biergärten gut gehen. Aber ähnliche

Idylle bot die Messe auch: Besonders die 600 Quadratmeter Gartenareal und die Ecken zum Relaxen hatten es den Besuchern erkennbar angetan.

Kinder nutzten die Spielmöglichkeiten und machten regen Ge-

brauch vom Schminkangebot. Als Erfolg ist auch die Aktion mit einem Reisebus aus den fünfziger Jahren zu werten: Stets voll besetzt steuerte das Gefährt historische Stätten in Michelstadt, Steinbach und Erbach an.

mil