

PRESSEAUSSENDUNG

01.09.2019

Die IAA am Scheideweg - Quo vadis IAA?



Über zwanzig Absagen von internationalen Automobilherstellern und viele etablierte japanische und europäische Hersteller bleiben der Messe 2019 fern, nur vier belegte Hallen und seit acht Jahren abnehmende Besucherzahlen. Was ist los mit der IAA, die sich vor lauter Zuspruch noch 1991 in die IAA Lkw Hannover und IAA Pkw Frankfurt aus Platzgründen zweiteilen musste. Der Versuch einer

Analyse.

Frankfurt. Was sich bereits vor Jahren abzeichnete, lässt sich nun auch nicht mehr schön reden: In realen Zahlen betrachtet, steht die traditionsreiche Internationale Automobilausstellung (IAA) in Frankfurt am Scheideweg. Seit 2011 nimmt nicht nur die Anzahl der Aussteller und damit die gebuchten Ausstellungsflächen ab. Auch die Zuschauerresonanz ist stark rückläufig. Eine Entwicklung, die nicht nur den Messemachern in Frankfurt Sorgen bereiten muss. Feststeht, dass die IAA schon immer ein Spiegelbild der gesamten Autobranche darstellte. Ganz deutlich wurde das erstmals 1971, als die IAA aufgrund der ungünstigen Wirtschaftsentwicklung in der Automobilindustrie abgesagt werden musste.

Und gerade aktuell steht die IAA symbolhaft für Deutschlands Automobilindustrie, die derzeit fast nur mit Hiobsbotschaften von sich reden macht: mehrere Gewinnwarnungen bei Daimler, erste Insolvenzen in der Zuliefer-Branche, Diesel-Fahrverbote und Diesel-gate,



TEAM FÜR MARKETING-ERFOLGE

massive Umbrüche durch den schnellen Elektro-Umbau oder steigende Mobilitätskosten durch die drohende CO₂ - Steuer.

Zahlreiche Absagen vieler Automobilhersteller

Bereits vor Jahren haben Volvo und Mazda bekannt gegeben, in Frankfurt (auch in Paris) nicht mehr teilnehmen zu wollen. Volvo wollte nur noch nach Genf und Mazda startet eine Deutschland-Tour, die einen „flexiblen Pop-up-Stand“ an „lebendige Orte mit hoher Kundenfrequenz“ brachte, an denen sich „potenzielle Zielgruppen aufhalten“. Wurden die Schweden und Japaner anfänglich als Einzelfälle belächelt, sieht das zur IAA 2019 völlig anders aus. Fehlen werden sowohl Rolls-Royce, Aston Martin, Nissan, Renault, Alpine, Dacia, sowie Mitsubishi und die GM-Marken Chevrolet und Cadillac. Damit wird keiner der großen französischen und japanischen Hersteller in Frankfurt dabei sein. Die IAA eine Regionalmesse?

Multiple Gründe für Absagen

Betrachtet man die Rahmenbedingungen der Autobranche, insbesondere die der deutschen Automobilindustrie, erkennt man einen existenziellen Wandel, der mit einem hohen Potential an Unsicherheiten verbunden ist. Parallel dazu tragen die weltwirtschaftlichen Entwicklungen, wie zum Beispiel die amerikanisch-chinesischen Handelsauseinandersetzungen nicht gerade zur Verbesserung der Perspektiven bei. Fakt ist, dass viele Hersteller sich die horrenden Kosten für einen teuren und schwer messbaren Messeauftritt sparen wollen. Das führt dazu, dass zum Beispiel BMW seine Kosten und Standgröße auf der IAA 2019 gegenüber vor zwei Jahren um fast 60 Prozent einschmelzt. Darüber hinaus verlieren Automessen grundsätzlich ihren Reiz, da immer mehr Neuvorstellungen nicht auf Messen, sondern in den sozialen Medien Premiere feiern.

Ein weiterer, häufig unterschätzter Grund, ist in der veränderten sozialen Bedeutung des Automobils zu sehen. Präsentierten die deutschen Automobilhersteller noch auf der IAA 2017 ihre Produkte in sündteuren Erlebniswelten, die für hohes Prestige in den Medien und beim Publikum sorgten, sind solche Investitionen zu Zeiten von „Fridays-for-Future-



TEAM FÜR MARKETING-ERFOLGE

Aktivitäten“ eher kontraproduktiv. Statt Prestige zu ernten werden die Hersteller mit Demos bestraft.

Wo sind die Elektro-Hersteller auf der IAA?

Ein weiteres, pikantes Detail: Gerade die wichtigsten Elektroauto-Hersteller fehlen auf der IAA. So fehlen diesmal die Elektro-Pioniere Renault (Twizy und Zoe) und Nissan (Leaf) ebenso wie Mitsubishi, Mazda, Lexus und Subaru. Hybrid-Pionier Toyota glänzt durch Abwesenheit, sonst in Frankfurt immer prominent vertreten. Auch Tesla kommt nicht nach Frankfurt, aber bei Tesla gehören Messeauftritte grundsätzlich nicht zur Firmenphilosophie.

Wohin also der Weg der alten Dame IAA führt, lässt sich abschließend nicht beurteilen. Neuerdings werben die Frankfurter als „Europas führende Plattform zur Zukunft der Mobilität“. Ob diese Plattform die Zukunft der Messe retten kann, muss sich erst noch herausstellen.

(583 Wörter – 4.303 Zeichen)