

Gute Resonanz bei Mondo Italia

Die erste Messe zum Thema Italien in Deutschland, die Mondo Italia, ist laut Veranstalter den in sie gesetzten Erwartungen gerecht geworden. Mit knapp 30 000 Besuchern, ein Drittel davon italienischer Herkunft, habe sie auf Anhieb eine kleine Marke gesetzt, auf der für künftige Messen aufgebaut werden könne, bilanzierte Roland Bleinroth, der Geschäftsführer der Messe Stuttgart, nach neun Tagen Mondo Italia auf dem Killesberg: „Trotz Biergartenwetters, Pfingstferien und der verständlichen Begeisterung für den VfB Stuttgart, was uns sicher Besucher gekostet hat, können wir guten Gewissens nach vorne schauen.“

Vor allem an den Wochenenden seien die Stände der insgesamt zwanzig italienischen Regionen mit ihren touristischen Angeboten und kulinarischen Spezialitäten gut besucht gewesen. „Unser Konzept, die Vielfalt Italiens in kultureller, touristischer und künstlerischer Hinsicht zu präsentieren, ist aufgegangen“, glaubt auch Paolo Esposito, der Geschäftsführer der Marketingagentur Publi-tour in Verona und Organisator der Mondo Italia. Es sei gelungen, „das italienische Lebensgefühl nach Deutschland zu bringen und Italien auf einer eigenständigen Messe darzustellen“. An den Ständen seien viele Waren verkauft worden, die touristischen Partner hätten reichlich Tipps gegeben und jede Menge Informationsbroschüren verteilt.

Um die Resonanz bei den Besuchern besser einschätzen zu können, wurde während der neun Messetage ein Umfrage angestellt. 92 Prozent der Befragten gaben an, dass sich der Besuch der Mondo Italia für sie gelohnt habe. 89 Prozent lobten die Gesprächsmöglichkeiten und Informationsangebote der Aussteller. Insgesamt 90 Prozent haben vor, auch die nächste Mondo Italia zu besuchen. Diese findet im Rahmen der Frühjahrsmesse vom 2. bis 6. April 2008 auf dem neuen Messegelände am Flughafen statt.