

Heisser Herbst am Ausbildungsmarkt

Auf dem Personalmarkt buhlen gleich zwei Messen um Aussteller und Besucher. Bei der Personal Austria sollen ungewünschte Keiler draussen bleiben.

Überschaubare Ausstellerezahl und beinharte Konkurrenz – nicht unbedingt die besten Voraussetzungen, um eine neue Bildungsmesse zu platzieren. Veranstalter Reed Exhibitions Messe Wien wagt trotzdem den Schritt und schickt vom 10. bis 12. November „My Future“ mit derzeit 60 Ausstellern ins Rennen. Christian Fischer, Bereichsleiter Messen, ist überzeugt, dass das Experiment gut geht. „Für eine Erstveranstaltung sind wir mit der Ausstellerezahl zufrieden.“

„My Future“ wird gemeinsam mit der Interpädagogica über die Bühne gehen – zusammen kommt man immerhin auf 252 Aussteller. Ob es die „My Future“ regelmässig geben wird, steht noch nicht fest. Vor allem Jugendliche und weiterbildungswillige Erwachsene sollen sich auf dem Messegelände tummeln. Sie treffen auf Universitäten, FH, HTL und MBA-Anbieter. Wolfgang Mathera, Direktor



168 Aussteller werden heuer bei der **Personal Austria** präsentieren – Eintritt gibt es aber nicht für jedermann

der SAP Business School Vienna, hält die Messe „für eine gute Sache“. Die Premiere schwänzt er trotzdem. „Wir schauen uns an, wie die Akzeptanz ist. Vielleicht sind wir im kommenden Jahr dabei.“

Die Fachhochschule des bfi Wien bleibt lieber der jährlich im Frühjahr stattfindenden Bildungsmesse BeSt treu. „Wir glauben, dass wir damit alle potenziellen Studenten ansprechen“, sagt Sprecherin Johanna Pirkfellner. „Ausserdem findet diese Messe zu einem günstigeren Zeitpunkt statt.“ Einen Premierenauf-

tritt wagt hingegen das Institut für Management in Salzburg. „Wir sind dabei, unsere MBA am Markt zu etablieren. Wir wollen schauen, ob die Messe eine gute Plattform ist“, sagt Marketingleiter Filip Hinterberger.

Fixtermin für Branche

Ebenfalls im November öffnet im Austria Center Wien die Personal Austria (22., 23.11.) ihre Tore. Einst belächelt, steht die heurige fünfte Auflage längst als Fixtermin im Kalender der Personalisten. 168 Aussteller und 2500 erwartete Fachbesucher

sprechen eine deutliche Sprache. Mit dabei sind Aussteller, die im Vorjahr nur als Besucher ihre Kunden gedreht haben, etwa Manpower: „Wir haben im Februar unsere Marke erneuert. Für uns ist die Messe Teil des Relaunch-Konzepts“, sagt Marketingchef Andrea Lehky.

Lehky und viele andere Aussteller hatten sich beim Messeauftritt vor zwei Jahren über Visitenkarten verteilende Berater und Trainer geärgert. Die waren – als Besucher getarnt – vor allem in eigener Sache akquirierend unterwegs. Ein Problem, das

heuer mit einer drastischen Massnahme abgestellt werden soll: Mitarbeiter von HR-Dienstleistungsunternehmen und Trainer, die nicht als Aussteller angemeldet sind, müssen für eine Tageskarte 250 € zahlen. „Sicher ist das ein harter Schritt“, sagt Alexander Petsch, Chef des Veranstalters Spring Messe Deutschland. „Eine Reihe von Ausstellern hätte ohne diese Massnahme sicher nicht mehr ausgestellt.“

KATHRIN GULNERITS

k.gulnerits@wirtschaftsblatt.at

■ www.myfuture.co.at

■ www.personal-austria.at