

Die „agilia“ ersetzt die „b2d“ in der Veltins-Arena. „Mit 50 fängt der Spaß dann richtig an“ gilt als Leitmotiv für drei Tage im Mai. Die Messe bietet auch eine Plattform für Vereine

„b2d“, „Business to Dialog“, war gestern. Nach über 80 Wirtschaftsmessen (seit 2004 auch in der Veltins-Arena) hat die Form ausgedient, Wiederbelebung bei Bedarf möglich. Doch raus aus dem Messegeschäft ist Veranstalter Ulf Hofes nicht. Er hat die „agilia“-erfunden, die „Erlebnis-Messe für Jungebliebene ab 50“. Sie soll stattdessen Pfingsten in die Arena locken. Der Anspruch wird branchentypisch formuliert: „Mit 50 fängt der Spaß dann richtig an“.

Den hatten Veranstalter und Aussteller offenbar nach der Premiere des neuen Messeformats 2012 in Wiesbaden. Über 200 Aussteller, vier Hallen bespielt, rund 20 000 Besucher gezählt – das sind die Zahlen, die auch in Gelsenkirchen erfüllt versprochen. Das gesamte Revier liegt sozusagen vor der Arena-Tür. An die 300 Aussteller und ebenfalls 20 000 Besucher hofft Hofes daher vor 18. bis 20. Mai auf 12 000 m² Hallengrund vereinen zu können.

Das Angebot wird breit gestreut für „Best-Ager, die mitten im Leben stehen, sehr hohen Ansprüchen an die Lebensqualität, Freizeit und Unterhaltung haben.“ Mit Mitte 50, glaubt Hoies, selbst Jahrgang 1967: „fühlen sich die Leute heute oft

wie Ende 30, die Kinder sind aus dem Haus, das Einkommen ist meist entsprechend. Die Menschen interessieren sich für hochwertige Produkte, schöne Reisen und Autos, private Erotik. Sie genießen die Freiheit und denken auch ans Alter". Hier setzt die Messe an. Das Aussteller-Spektrum reicht von Beauty bis Wellness, über Mode, Schmuck und Musik bis zu Mobilität und Me-

„ID55“ beschäftigt das Lebensgefühl zum anders alt werden

Es ist an der Zeit, dass erstmals die „Generation der Babyboomer konkret in den Mittelpunkt einer Messveranstaltung rückt“, findet Susanne Schübel. Die Hernern ist Gründlerin der vom Land NRW ausgezeichneten Demografische-ID55 (wobei die Zahl für den Geburtsjahrgang steht). Seit 2007 richtet sich die Initiative mit (Print)-Projekten, Kongressen, Begegnungsangeboten und In-

formationen an „alle, die anders alt werden wollen“. Eine Messe-Kooperation mit der „agila“ lag da nahe.

„Millionen von Männern, und Frauen, die zwischen 1945 und 1970 geboren wurden, beschäftigen sich mit dem Thema alt werden und ihrem restlichen Arbeitsleben. Erfahrungen, kreativ, verantwortungsbewusst und emanzipiert wie sie sind, haben diese Menschen die Gesellschaft schon einmal

Rüdiger Menge-
del FOTO: WOJTYCZKA

Und die professionelle Sicht? Grundsätzlich, sagt Menge, „bin ich immer glücklich, wenn wir hier eine Veranstaltung haben und etwas Neues dazu kommt. Ich glaube, wir werden damit viele Leute aus dem

biet ansprechen. „

breite Ausstellerbasis
Ziel. Hier beziehen die
alter ausdrücklich Ver-
d Clubs aus dem Ruhr-
ein, die sich präsentie-
chten. Hofes: „Es gibt

dge über Golf bis zum
oder Selbstverteidi-

...abba-

akt ☎ 0531 5804916

ert. Nun ist diese Gene-
 „Den Wertewandel
 veränderte Sichtweisen
 Bussane Schübel poin-
 deutlich: „Nicht de-
 rock, sondern Wood-
 t das Lebensgefühl, das
 „Für sie hat das
 biete mit seinen ganz-
 Probleme dabei ge-
 eine Vorräterrolle – als
 atorium des demografi-
 Handels.“



Ob fürs Business oder nun zu Pfingsten die Generation 50 plus: Die Veltins-Arena dient in jedem Fall als Messe-Plattform. Und Schalke ist immer ganz nah. FOTO: MARTIN MÖLL

den. Aufgeladen wird das, wie bislang bei der Business-Messe, mit Aktion, Talk, Vorträgen und möglichst Promi-Bonus. Für die „agilia“ will Hofes „Stars aus dem Show-business“ holen. Wen, mochte er Donnerstag noch nicht verraten. „Doch es geht nicht darum, das Alter zu verkümmern“, kündigen die Veranstalter an. Altersarmut oder Alterseinsamkeit sollen deshalb thematisch ebenfalls Platz finden.

Ein Wachstumsmarkt

Die Generation 50 plus ist ein Wachstumsmarkt. Mittlerweile gehören bereits 40 % der deutschen Bevölkerung der Zielgruppe an. „Das ist ein spannendes Thema“, sagt Rüdiger Mengele, Geschäftsführer der FC Schalke 04 Arena Management GmbH, der „bei der Messe, auf jeden Fall auch als Gast dabei sein“ möchte.

Rüdiger Mengele
FOTO: J. K. / G. K.

Ein Wachstumsmarkt

Die Generation 50 plus ist ein Wachstumsmarkt. Mittlerweile gehören bereits 40 % der deutschen Bevölkerung der Zielgruppe an. „Das ist ein spannendes Thema“, sagt Rüdiger Mengedé, Geschäftsführer der FC Schalke 04 Arena Management GmbH, der „bei der Messe „auf jeden Fall auch als Gast dabei sein“ möchte.

Und die professionelle Sicht? Grundsätzlich, sagt Menge, „bin ich immer glücklich, wenn wir hier eine Veranstaltung haben und etwas Neues dazu kommt. Ich glaube, wir werden damit viele Leute aus dem