



Kabe om 50-åringen Elmia:

”På Elmia får vi idéer till framtidens modeller”

Mässarrangören Elmia firar 50 år – men fokus ligger på framtiden och fortsatt utveckling. Det säger vd Hans Standár med anledning av att jubileumsåret 2011 nu har dragit igång på allvar. Enligt företrädare från en lång rad branscher spelar Elmias mässor en mycket viktig roll.

– Elmia Husvagn Husbil ger 20–25 procent av hela årets försäljning på den svenska marknaden, säger Pia Wienz Karlsson, reklamchef Kabe husvagnar.

Den första mässan i Elmias historia var lantbruksmässan 1961. Hundratals mässor och möten senare har Elmia blivit ett av Jönköpings starkaste varumärken och genererar 1 miljard kronor årligen i regionalekonomiska effekter. Elmias arrangemang har stor betydelse för de utställande företagen och hela branscher. Det vittnade företrädare från underleverantörsindustrin, skogsbranschen samt husvagns- och husbilstillverkarna om då de möttes under en pressträff angående 50-års jubiléet.

– Elmia Husvagn Husbil som arrangeras varje år är otroligt viktig för oss. Förutom försäljningen träffar vi också våra kunder som ger direkt feedback på våra produkter. Mässan har även blivit starten för det nya försäljningsåret och därför siktar vi alltid på att presentera nyheter, säger Pia Weinz Karlsson.

Elmia Husvagn Husbil är därför ett tydligt exempel på att mässorna triggat företagens produktutveckling.

– Inför varje mässa vill vi gärna ha en ”showstopper”. Vår modell Royal Hacienda togs fram enbart som en visningsvagn, men ingår nu i vårt ordinarie modellprogram. Det var under mässan som vi förstod att det fanns en efterfrågan på en så stor vagn. På mässorna har vi dessutom alltid ett konstruktörsteam på plats för att kunna rita kundanpassade modeller och en del av dessa plockar vi in i det ordinarie modellprogrammet.

Att Elmias målsättning är att vara med och driva hela branscher framåt är ingen hemlighet.

– Vi är noga med att följa vilka trender som råder på olika områden eftersom omvärlden förändras. På så sätt kan vi utveckla våra egna arrangemang och få vara en del i ett större sammanhang, säger Hans Standár.

Men den som tänker att mässan som fenomen spelat ut sin roll bör tänka om. I en tid av digitalisering är det ändå i det personliga mötet som affärerna avgörs. Det framhåller mässexperten Mikael Jansson från Nordiska Undersökningsgruppen:

– Internet och sociala medier har skapat fler valmöjligheter för företagen att till exempel välja leverantör. Men förtroende skapas inte på nätet utan i det personliga mötet.

Och Pia Weinz Karlsson är övertygad om att Elmia Husvagn Husbil kommer att fortsätta locka besökare även i framtiden.

– Vi märker att vi har stor trafik på vår hemsida veckorna innan mässan. Det verkar helt enkelt som att många förbereder sig innan de besöker mässan genom att kolla in modellprogrammet på internet. Men att köpa husvagn eller husbil är en stor investering och därför är det viktigt att få klämma och känna "på riktigt" innan man bestämmer sig.

För mer information kontakta informationschef Linda von Essen Sylvén 036-15 21 08.

Kontaktuppgifter

Projektnamn: Elmia 50 år
Kontaktperson: Linda von Essen Sylvén
Mail: linda@elmia.se

Websida: www.elmia.se
Tel. direkt: 036-15 21 08
Mobil: 036-15 21 08



Elmia AB, P.O. Box 6066, SE-550 06 Jönköping, Sweden
Visiting address Elmiavägen. Phone +46 36 15 20 00. Fax +46 36 16 46 92
Internet www.elmia.se. E-mail info@elmia.se. Org.nr/VAT-nr SE556354-241301