

20 15



GESCHÄFTSBERICHT
**ERFOLGREICH
VERNETZT**

Global Fairs. Global Business.



Deutsche Messe



INHALT

GESCHÄFTSJAHR 2015

- 06 **Netzwerken lohnt sich:** Im Geschäftsjahr 2015 lag das Ergebnis der Deutschen Messe deutlich über dem Plan. Im Interview nennt der Vorstand die Gründe.
- 12 **Deutsche Messe als globaler Partner:** Die Deutsche Messe bringt die richtigen Menschen am richtigen Ort zusammen. Netzwerken in globalem Maßstab. Mit Ausstellern, Besuchern und Multiplikatoren.

KERNGESCHÄFT WEITERENTWICKELT

- 14 **Tor zur digitalen Zukunft:** Die Digitalisierung von Wirtschaft und Gesellschaft hat gerade erst begonnen. Wichtige Impulse für Industrie 4.0 und Internet der Dinge kommen aus Hannover.
- 20 **Junge Querdenker haben Erfolg:** Start-ups entdecken die CeBIT. Und SCALE11 ist die passende Bühne. Auch der chinesische Internetunternehmer Jack Ma nutzte vor 14 Jahren Hannover, um seine Geschäftsidee zu präsentieren – heute ist er Milliardär.

AUSLANDSGESCHÄFT AUSGEBAUT

- 22 **Gemeinsam mit der CeMAT um die Welt:** Die Intralogistikbranche wächst. Und trifft sich auf der CeMAT. International orientierte Unternehmen wie die Jungheinrich AG nutzen sie für ihre Expansionsstrategie.

DIVERSIFIZIERUNG VORANGETRIEBEN

- 26 **Erfolgreich beim Wettbewerber:** Mehr als ein Dutzend Veranstaltungen organisiert die Deutsche Messe auf neun konkurrierenden Messegeländen in Deutschland.

DIGITALISIERUNG GENUTZT

- 28 **Service aus dem Netz:** Die Deutsche Messe setzt auf Digitalisierung. Neue Angebote und die Tochtergesellschaften Deutsche Messe Interactive und event it helfen dabei.

MESSEN A–Z

- 32 **Von abf bis Zukunft Personal:** Ein Rückblick auf die wichtigsten Veranstaltungen 2015.

GREMIEN DER DEUTSCHEN MESSE

- 58 Vorstand, Aufsichtsrat, Gesellschafter

GESCHÄFTSJAHR 2015

ZAHLEN & FAKTEN



1.453
AUSSTELLER

AUS **51** LÄNDERN



und 156.844 Besucher machten die INTERSCHUTZ 2015 zur größten und bestbesuchten INTERSCHUTZ aller Zeiten.

500.000

Gäste und Teilnehmer kamen außerhalb von Messen zu Tagungen und Veranstaltungen, zu Wahlen und Konzerten auf das Messegelände in Hannover.



standen auf dem Terminplan 2015, 59 von ihnen fanden im Ausland statt.

MIT **91.792**
BESUCHERN

feierte die Pferd&Jagd einen neuen Besucherrekord.



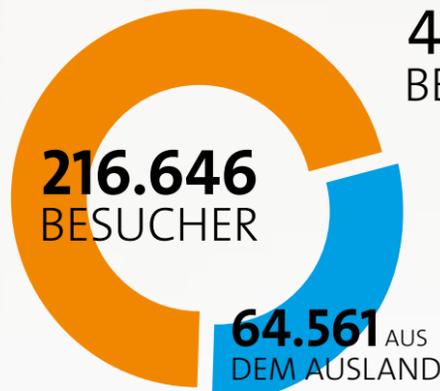
300
START-UPS

nutzten die CeBIT für das Networking mit Investoren und potenziellen Kunden.

452.471
BESUCHER



aus 115 Ländern waren bei der AGRITECHNICA zu Gast.

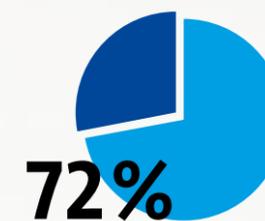


erlebten während der HANNOVER MESSE spannende Livevorführungen zum Thema Industrie 4.0.

329
Mio. € **Umsatz**



erzielte die Deutsche Messe im Jahr 2015, davon rund 61 Mio. € im Ausland.



der Fläche auf dem Messegelände SNIEC in Shanghai sind das ganze Jahr über vermietet.



1.243
MITARBEITERINNEN
UND MITARBEITER

sorgten weltweit dafür, dass Aussteller und Besucher erfolgreich waren.

100%

der spring Messe Management GmbH, dem führenden Anbieter von Personalmessen, gehören seit April 2015 der Deutschen Messe.

GESCHÄFTSJAHR 2015

KLAR ÜBER PLAN

Netzwerken lohnt sich. Die Deutsche Messe vermittelt zwischen Ausstellern und Besuchern weltweit Geschäftskontakte. Das zahlt sich wirtschaftlich aus: Im Geschäftsjahr 2015 lag das Ergebnis deutlich über Plan. Mit neuen Messen und Beteiligungen erschließt sich die Deutsche Messe zusätzliche Zielgruppen und Märkte. Kostensenkungsprojekte haben zusätzlich zum Erfolg beigetragen. Was waren die Highlights 2015 und was plant der Vorstand für die Zukunft?

329

Mio. €
Umsatz

Herr Dr. v. Fritsch, bei einem Umsatz von 329 Millionen Euro hat die Deutsche Messe ein Ergebnis von 9,4 Millionen Euro eingefahren. Das Ergebnis liegt damit deutlich über dem Planwert. Was sind die Gründe dafür?

Dr. Wolfram v. Fritsch: Der Erfolg hat viele strategische Säulen. Zum einen entwickeln sich unsere wichtigsten Veranstaltungen positiv, weil wir uns auf unsere Kernkompetenzen konzentrieren. Und das sind eindeutig Investitionsgütermessen. Zum anderen wollen wir unser Geschäft diversifizieren. Darum investieren wir zusätzlich gezielt in Wachstumssegmente wie Personal- oder Gesundheitsmessen. Mit einem eigenständigen Geschäftsbereich Servicevertrieb können wir außerdem unsere Kunden seit 2015 noch besser betreuen. Und intern zeigt unser Wachstums- und Effizienzprogramm seine geplante Wirkung.

Wie sehen Sie die wirtschaftliche Entwicklung in den nächsten Jahren?

Dr. v. Fritsch: Wir sind gut aufgestellt und wachsen in allen Segmenten. Bei Umsatz und Ergebnis ist eine aufwärtsgerichtete Tendenz deutlich. Unser Ziel, von

2016/2017 an im Zweijahres-Zeitraum positive Ergebnisse zu erwirtschaften, werden wir klar erreichen. Unsere Strategie geht auf, weil bei uns alle mitziehen. Nicht nur in Hannover, sondern auch bei unseren Auslandsvertretungen.

Wie sieht es mit Investitionen aus?

Dr. v. Fritsch: Der Wettbewerb schläft nicht. Deswegen müssen wir unser Gelände auf dem neuesten Stand halten. Von 2016 bis 2019 planen wir mit Investitionen und Zukäufen in Höhe von rund 172 Millionen Euro. Vor allem wollen wir in die Hallensubstanz und die Gelände-Infrastruktur investieren und dabei den weitaus größten Teil aus unserem Cashflow bezahlen. So werden wir auch künftig die Spitzenstellung unseres Geländes sichern.

Welche Rolle spielt die Digitalisierung im Geschäftskonzept der Deutschen Messe?

Dr. v. Fritsch: Digitalisierung ist für uns ein ganz wichtiges Thema. Fast 7 Prozent unseres Umsatzes machen wir heute bereits damit. Unsere digitalen Services stärken unser Kerngeschäft, weil wir damit Besuchern und Ausstellern einen echten Mehrwert bieten. Wir vernetzen unsere Kunden und schaffen Kontakte, aus denen Geschäfte werden. Diese Kompetenz wird stärker nachgefragt als je zuvor. Zusätzlich müssen wir unsere eigenen Prozesse digitalisieren, um den Service zu verbessern und effizienter zu werden. Ein Beispiel: Zur CeMAT 2016 haben wir unser neues Online-Standreservierungssystem erstmals erfolgreich eingesetzt. Kunden können praktisch online ihren Messestand in einer Halle buchen. Digitale Buchungsbestätigungen und digitale Rechnungen machen Abläufe schneller. Unser Know-how in digitalen Services ist auch außerhalb unserer >>

”

**„Wir bieten Kontakte,
aus denen Geschäfte werden.“**

Dr. Wolfram v. Fritsch, Vorstandsvorsitzender



”

„Auf der CeBIT erhält die digitale Branche wichtige Impulse zum Internet der Dinge. Vor allem der Mittelstand hat erkannt, dass er vor großen Herausforderungen steht und hat die CeBIT als die relevante Plattform genutzt.“

Oliver Frese, Vorstand

Messen gefragt. Auch dazu ein Beispiel: Für den Verband der Automobilindustrie haben wir 2015 erneut die offizielle IAA Pkw-App entwickelt, die Zehntausenden von Besuchern die Messeplanung erleichtert hat. Mit solchen Angeboten wird unser digitaler Umsatz weiterwachsen.

Wo sehen Sie den Umsatzanteil des digitalen Geschäfts?

Dr. v. Fritsch: In ein paar Jahren rechne ich mit 10 Prozent und mehr. Wir haben darum 2015 ein Digital Office als zentralen internen Impulsgeber und Koordinator für Digitalisierung gegründet, das andere Abteilungen in diesem Bereich berät und das Thema auch zentral vorantreibt. Weitere Bausteine der Digitalstrategie sind unsere Tochtergesellschaften Deutsche Messe Interactive und event it, die auch außerhalb von Messen aktiv sind. Dieses Gesamtpaket macht uns erfolgreich und unterscheidet uns vom Wettbewerb.

Herr Dr. Köckler, Investitionsgütermessen sind die Kernkompetenz der Deutschen Messe. Was hat sich da 2015 getan?

Dr. Jochen Köckler: Ohne Zweifel: Das Messegelände in Hannover ist führender Standort für Investitionsgütermessen in Deutschland. Das macht uns erfolgreich. Was genau so wichtig für unseren Erfolg ist: Wir haben ein Gespür für Themen. Wir nehmen die Beiräte sehr ernst und arbeiten eng mit den jeweiligen Branchen zusammen. Wir hören zu, was die Aussteller wollen und nutzen dann unser Know-how, um die passenden

Besucher zu den Messen zu bekommen und ein positives Messeerlebnis zu liefern. Wir positionieren die Messen klar und eindeutig. Darum kommen die Marktführer zu unseren Messen.

Wie sieht das konkret aus?

Dr. Köckler: Nehmen wir die Digitalisierung, also Internet der Dinge und Industrie 4.0. Diese Themen beflügeln heute alle unsere Messen, weil wir schon früh auf das Thema gesetzt haben, ja Industrie 4.0 ist auf der HANNOVER MESSE ins Leben gerufen worden. Die Menschen wollen wissen, was Digitalisierung in der Praxis ihrer Betriebe bedeutet und wissen, was heute schon geht. Die Deutsche Messe zeigt es ganz konkret. Auf der CeBIT, auf der HANNOVER MESSE, aber auch auf der LIGNA und der CeMAT. Wir sind Vorreiter bei diesem Thema und werden das auch in Zukunft sein.

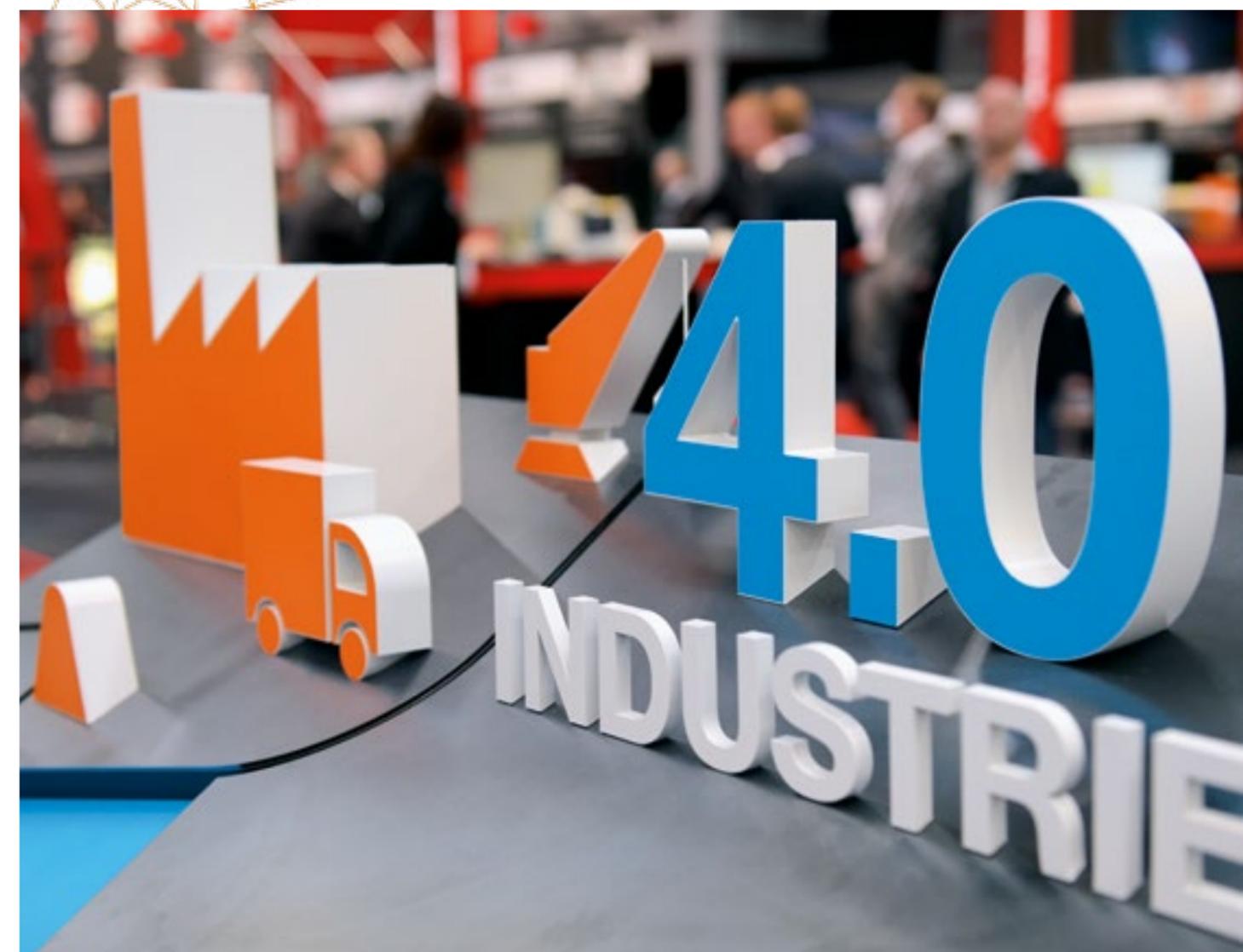
Herr Frese, die CeBIT hat sich 2015 zum zweiten Mal auf den professionellen Geschäftskunden fokussiert. War die Entscheidung richtig?

Oliver Frese: Ganz klar, ja. Sie ist damit die weltweit wichtigste Veranstaltung für IT und Digitalisierung. Hier erhält die digitale Branche wichtige Impulse zum Internet der Dinge. Insbesondere der Mittelstand hat erkannt, dass er vor großen Herausforderungen >>

”

„Wir positionieren die Messen klar und eindeutig. Darum kommen die Marktführer zu unseren Messen.“

Dr. Jochen Köckler, Vorstand





„Trotz der konjunkturellen Abkühlung in für uns wichtigen Märkten ist es uns gelungen, die Auslandsumsätze auf den besten Wert unserer Geschichte zu steigern.“

Dr. Andreas Gruchow, Vorstand



steht – und hat die CeBIT als die relevante Plattform für sich genutzt. Gleichzeitig ist die CeBIT jünger geworden, die Start-ups haben sie für sich entdeckt.

Messen werden heute immer stärker mit Kongressen und Vorträgen zu einem Branchenevent aufgewertet. Wie stellt sich die Deutsche Messe darauf ein?

Frese: Im zunehmenden Wettbewerb um Gastveranstaltungen setzen wir auf eine kontinuierliche Modernisierung des Messegeländes. Nur wenn wir wettbewerbsfähig und infrastrukturell erstklassig anbieten können, haben wir eine Chance, neue Gastveranstaltungen zu gewinnen und etablierte zu halten.

Dr. Köckler: Dass wir für Gastveranstaltungen attraktiv sind, zeigt sich bei der AGRITECHNICA. Da wurde 2015 der Vertrag mit der Deutschen Landwirtschaftsgesellschaft (DLG e.V.) verlängert.

Welche Rolle spielt die Halle 19/20, die 2015 in Betrieb ging?

Frese: Die neue Halle 19/20 ist eine strategische Investition in unser Messegelände. Wir können damit noch stärker im Bereich der Unternehmensevents und Veranstaltungen am Markt auftreten. Auch die neue Glasbrücke zwischen dem Convention Center und Halle 7 ist Teil unserer marktorientierten Geländeentwicklung und wird unserem Geschäft zusätzliche Möglichkeiten eröffnen.

∅ **6%**
mehr Umsatz pro Jahr
mit Auslandsgeschäft

Neubau Glasbrücke

zwischen Convention Center und Halle 7

Wie wird es in den nächsten Jahren weitergehen?

Frese: Für 2017 streben wir mit dem Neubau der Halle 22/23 den nächsten Modernisierungsschritt an. Der Aufsichtsrat hat dafür bereits erste Planungsmittel freigegeben. Endgültig entscheiden wird er darüber 2017 nach Vorlage der abgeschlossenen Planung.

Herr Dr. Gruchow, wie entwickelt sich das Geschäft im Ausland?

Dr. Andreas Gruchow: Trotz der konjunkturellen Abkühlung in den für uns wichtigen Märkten China, Türkei, Brasilien, Russland und Indien ist es uns gelungen, die Auslandsumsätze auf den besten Wert in unserer Geschichte zu steigern und ein positives Ergebnis vor Steuern zu erzielen.

Wie war das möglich?

Dr. Gruchow: Wir sind mit unseren Messen gut aufgestellt und weiten unser Angebot aus. So haben wir erstmals eine CeMAT in Australien veranstaltet, die auf große Resonanz stieß. 2017 wird es die CeMAT auch in Indonesien geben, denn der Bedarf an Intralogistiklösungen wächst durch den Internethandel überdurchschnittlich. Händler und Hersteller zu vernetzen, damit der Onlinehandel trotz der wachsenden Nachfrage reibungslos läuft, ist eine wichtige Aufgabe unserer weltweiten Messen.

Welche Pläne gibt es für das Ausland in den kommenden Jahren?

Dr. Gruchow: Der Schwerpunkt unseres Auslandsgeschäfts liegt nach wie vor auf China und der Türkei. Unser Ziel ist es, weitere Regionen zu stärken und den Umsatz in den kommenden 3 Jahren im Schnitt um gut 6 Prozent pro Jahr zu erhöhen. Darum denken wir auch über weitere Zukäufe und Beteiligungen nach.

Wir haben jetzt viel über Messekonzepte, Investitionen und Kostenoptimierung gesprochen. Welche Rolle spielen die Mitarbeiter für den Erfolg der Deutschen Messe?

Dr. v. Fritsch: Unsere Mitarbeiter sind häufig der erste Kontakt, den unsere Kunden mit unserem Unternehmen haben. Ihre Freundlichkeit, ihre Kompetenz, ihre Serviceeinstellung sind für den Erfolg ganz entscheidend. Und die Anforderungen an die Mitarbeiter wachsen: Unser Geschäft wird von Jahr zu Jahr internationaler, die Kunden und Besucher verlangen viel Flexibilität und Engagement. Diese große Aufgabe können wir nur bewältigen, wenn wir alle gemeinsam unser Ziel verfolgen: Ausstellern und Besuchern eine erfolgreiche Messe zu bieten.

Eine große Aufgabe war sicherlich auch die Unterbringung von Flüchtlingen in den Messehallen.

Warum engagiert sich die Deutsche Messe da so stark?

Dr. v. Fritsch: Wir sind ein weltoffenes Unternehmen, treffen Tag für Tag auf unseren Messen Menschen ganz unterschiedlicher Nationalität. Darum war es für uns selbstverständlich, zweimal eine Messehalle für Flüchtlinge bereitzustellen. Was mich besonders gefreut hat, war das große Engagement unserer Mitarbeiter für diese Menschen, die über Tausende von Kilometern und oft unter großen Gefahren zu uns kamen. Da wurden Geld und Hilfsmittel gesammelt, da wurden Deutschkurse gegeben und gemeinsam Fußball gespielt. Es war schon beeindruckend, wie selbstverständlich und herzlich das alles erfolgte. Wir waren gute Gastgeber und haben eine Botschaft gesendet, die den Menschen sicherlich gut getan hat.

Vielen Dank für das Gespräch.

DEUTSCHE MESSE ALS GLOBALER PARTNER

NETWORKING AUF WELTNIWEAU

Die einen nennen es Kontakte knüpfen, andere sprechen von Networking. Egal, wie es genannt wird: Es geht darum, die richtigen Menschen am richtigen Ort zusammenzubringen. Auch in Zeiten von Onlineangeboten wie Xing, LinkedIn und Facebook wächst das Interesse an persönlichen Netzwerktreffen. Und die organisiert die Deutsche Messe seit Jahrzehnten sehr erfolgreich.

Bundeskanzlerin Angela Merkel trifft Indiens Premierminister Narendra Modi – auf der HANNOVER MESSE. Besucher aus Europa, dem Nahen Osten und den Golfstaaten informieren sich über Trends bei der Metallbearbeitung – in Istanbul. 500.000 Besucher strömen zur Wuhan Motor Show – in China. Egal, wo auf der Welt sich Menschen auf Veranstaltungen treffen, die Deutsche Messe spielt dabei eine wichtige Rolle als Gastgeber. Netzwerke schaffen, Kontakte vermitteln, Wirtschaft und Politik verknüpfen, Angebot und Nachfrage zusammenbringen, das ist eine ihrer Hauptaufgaben. Mehr als 4 Millionen Besucher und 40.000 Aussteller nutzten die Angebote der Deutschen Messe im Jahr 2015.

Globale Plattformen für Erfolge

„Fläche zu vermieten und zu hoffen, dass die richtigen Aussteller und Besucher sich schon finden werden, damit wäre ein Unternehmen wie die Deutsche Messe heute nicht mehr erfolgreich“, sagt Dr. Wolfram v. Fritsch, Vorsitzender des Vorstands der Deutschen

Messe. „Mit unseren globalen Plattformen und digitalen Services sind wir längst zu einem Marketingpartner für weltweite Geschäftskontakte geworden. Unser oberstes Ziel ist es, die richtigen Akteure zusammenzubringen, denn je besser der Kontakt passt, desto erfolgreicher sind unsere Kunden. Und damit auch unsere Angebote.“

Die Deutsche Messe nutzt dafür ganz unterschiedliche Kanäle: Messen, Kongresse und immer stärker auch digitale Kanäle, die die Wirkung von Messen verlängern und einen ganzjährigen Kontakt zwischen Ausstellern und Besuchern ermöglichen. „Auf der richtigen Messe können ein paar Tage ein ganzes Geschäftsjahr positiv verändern“, sagt v. Fritsch. Beispiele dafür gibt es jedes Jahr aufs Neue, wie die Beiträge auf den nächsten Seiten zeigen.

Netzwerken mit Mehrwert

Eines davon ist die Intralogistikfirma Jungheinrich, die das weltweite CeMAT Netzwerk der Deutschen Messe nutzt, um sich neue Absatzmärkte im Ausland zu erschließen. Genauso wie etablierten Unternehmen helfen die Netzwerke auch Start-ups, ihre Ideen einer breiten Öffentlichkeit zu präsentieren und Kontakte zu Geldgebern zu knüpfen. Der CeBIT Aussteller smapOne ist dafür ein gutes Beispiel: 2015 erstmals dabei, wurde der Stand geradezu überrannt.

Fürs Netzwerken nutzt die Deutsche Messe nicht nur eigene Gelände, sondern bucht auch Kapazitäten bei Mitbewerbern, um spezielle Zielgruppen zu erreichen. Zum Kerngeschäft zählen allerdings nach wie vor die Investitionsgütermessen, die auch 2015 zu den guten Zahlen der

“

„Auf der richtigen Messe können ein paar Tage ein ganzes Geschäftsjahr positiv verändern.“

Dr. Wolfram v. Fritsch

Deutschen Messe beigetragen haben. Kontakte schaffen und genügend Platz haben, um komplette Produktionslinien in Aktion zu zeigen – das ist eine der Stärken des Messegeländes in Hannover.

Hannover im Fokus der Medien

Längst haben Wirtschaft und Politik die mediale Wirkung und die wirtschaftliche Bedeutung des Messestandortes Hannover erkannt und nutzen ihn für öffentlichkeitswirksame Auftritte. Bundeskanzlerin Angela Merkel fragte im Februar 2015 bei einem Treffen US-Präsidenten Barack Obama, ob er mit ihr die HANNOVER MESSE eröffnet. 2016 kam er nach Hannover. Zum Netzwerken der ganz besonderen Art. ■

IMPULSE AUS HANNOVER

TOR ZUR DIGITALEN ZUKUNFT

Investitionsgütermessen sind die Kernkompetenz der Deutschen Messe. Und die werden immer digitaler. Ob CeBIT oder HANNOVER MESSE, ob LIGNA oder INTERSCHUTZ – an Industrie 4.0 und dem Internet der Dinge kommt schon heute keine Branche mehr vorbei. Dabei hat die Digitalisierung von Wirtschaft und Gesellschaft gerade erst begonnen. Mit Impulsen aus Hannover.

Es klingt wie die Quadratur des Kreises: Produzierende Unternehmen fordern flexible Automatisierungslösungen, um die wachsende Variantenvielfalt, kleinere Losgrößen und immer kürzere Produktlebenszyklen besser beherrschen zu können. Gleichzeitig muss die Industrie effizienter und kostengünstiger produzieren, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Das scheinbar Widersprüchliche könnte schon bald Realität sein. Dank der fortschreitenden Digitalisierung. In ein paar Jahren sollen bis zu 50 Milliarden Geräte im Internet der Dinge miteinander vernetzt sein – von der Werkzeugmaschine bis zur Produktionsstraße, vom Serviceroboter bis zum intelligenten Transportfahrzeug. Das wird die industrielle Produktion revolutionieren. Und hat großen Einfluss auf die Veranstaltungen der Deutschen Messe, die beim Thema Digitalisierung ganz weit vorne mitspielen.



Bühne für Zukunftsthema Digitalisierung

Schon 2011 sprachen die Experten auf der HANNOVER MESSE erstmals über Industrie 4.0. Heute sind alle Investitionsgütermessen der Deutschen Messe zu wichtigen Bühnen für dieses Zukunftsthema geworden. Sie geben Besuchern aus aller Welt Einblicke in die Zukunft. „Das Thema Industrie 4.0 beflügelt heute alle unsere Messen, weil wir schon früh darauf gesetzt haben“, sagt Dr. Jochen Köckler, im Vorstand für Investitionsgütermessen zuständig. „Die Menschen wollen wissen, was Digitalisierung ihrer Betriebe in der Praxis bedeutet und was heute schon geht. Die Deutsche Messe zeigt es ganz konkret.“

In diesem Kontext gewinnt auch das Internet der Dinge für die Wirtschaft und damit für die Deutsche Messe ständig an Bedeutung: „Das Digitale ist nicht mehr nur Soft- oder Hardware. Das Digitale ist strategische Entscheidung und kulturelle Veränderung, die jedes Unternehmen in jeder Branche betrifft“, sagt Oliver Frese, im Vorstand unter anderem für die CeBIT zuständig. „Wir wollen zur globalen Leitmesse für die digitale Transformation werden.“ Das sehen offenbar auch die Kunden so. >>

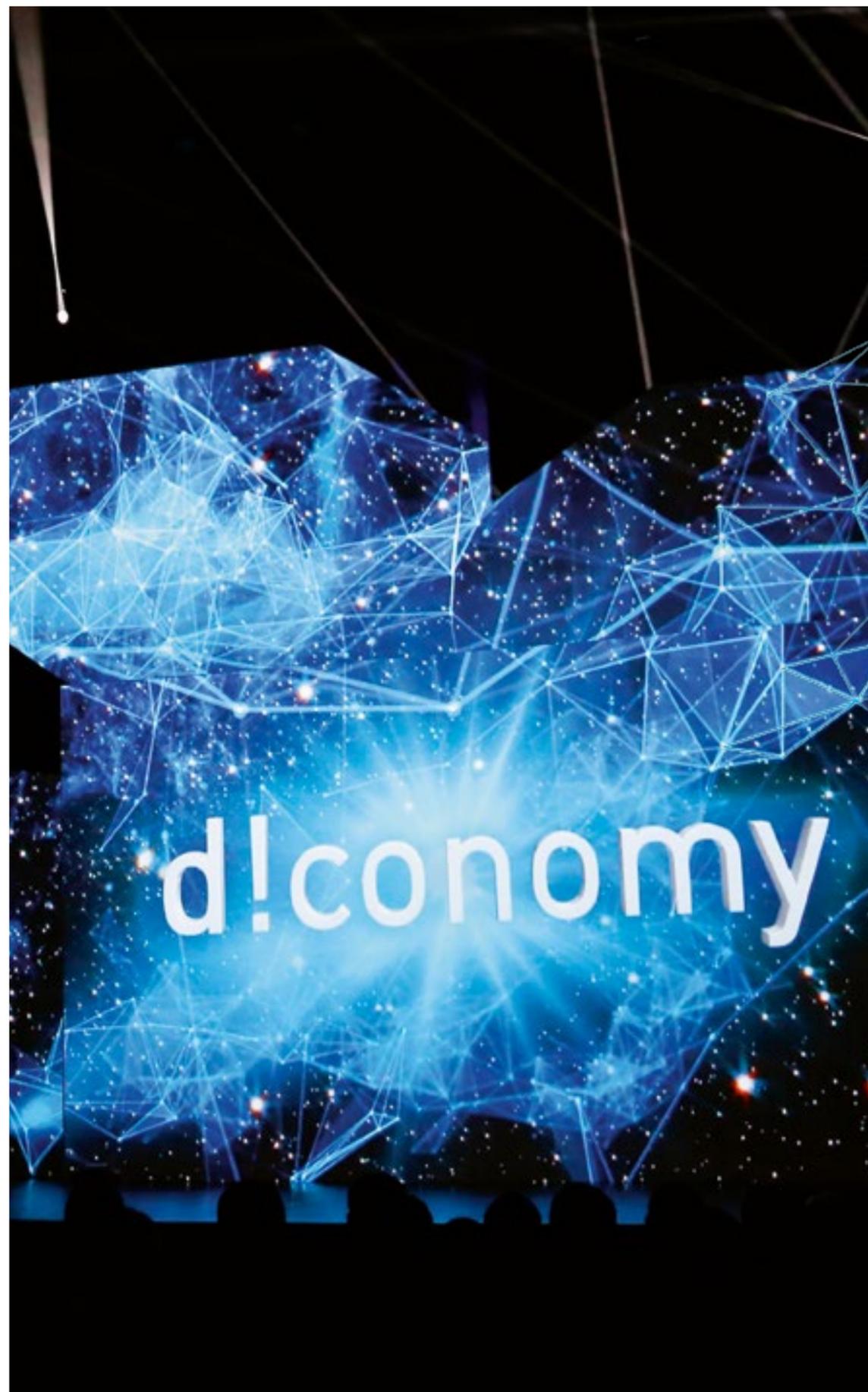
Messekonzept weiter optimiert

Die Firma Intel baute 2015 ihr Engagement weiter aus und kam mit einem 500-Quadratmeter-Stand nach Hannover. Christian Lamprecht, Geschäftsführer der Intel Deutschland GmbH, präsentierte dort unter anderem den Büroarbeitsplatz der Zukunft. „Die CeBIT wirkt als Impulsgeber und hilft der Branche, wieder stärker in die Diskussion um Chancen und Möglichkeiten in Unternehmen durch IT-Lösungen einzusteigen. Das neue Profil als Business-Messe ist der richtige Weg. Mit dem Fokus auf Geschäftslösungen und innovative Anwendungen nutzt sie gekonnt eine thematische Lücke.“

Neues CeBIT Konzept überzeugt Firmen

Und diese Lücke ist nicht weniger als das Herzstück der digitalen Zukunft: Digitale Transformation, Internet der Dinge, IT-Security und Unified Communications – kurz: „d!conomy“. Damit ist die CeBIT zum weltweit wichtigsten Entscheider-Event für Digitalisierung aus allen Bereichen der Wirtschaft geworden. „Keine andere Messe weltweit zeigt die gesamte Bandbreite der Vernetzung und legt den Fokus so konsequent auf IT-Innovationen für den Business-Einsatz“, sagt Marius Felzmann, Geschäftsbereichsleiter CeBIT bei der Deutschen Messe. „Aufgrund des neuen Konzepts hatten wir 2015 prominente Messe-rückkehrer wie Alcatel Lucent Enterprise Deutschland, Rittal und Schneider Electronic.“

Nach neun Jahren Pause entdeckte auch Konica Minolta im Jahr 2015 die CeBIT wieder als Bühne für ihre Technologien. „Das neue Konzept hat uns sehr angesprochen“, sagt Deutschland-Chef Johannes Bischof. Der japanische Konzern hat sich in den vergangenen Jahren vom Bürogerätehersteller zum Systemanbieter und IT-Dienstleister entwickelt und sieht sich darum auf der CeBIT richtig positioniert.



”

„Der Mensch ist der Stratege, der Roboter bringt seine Wiederholgenauigkeit und Kraft in die Zusammenarbeit ein.“

Dr. Till Reuter, Vorstandsvorsitzender der KUKA AG

Der Mensch als Stratege

Auch bei der HANNOVER MESSE sorgt die Digitalisierung für neues Geschäft – bei Ausstellern, Besuchern und der Deutschen Messe. „Intelligente und flexible Automatisierungslösungen sind ein zentrales Element in der Industrie 4.0“, erklärt Dr. Till Reuter, Vorstandsvorsitzender der KUKA AG. „Denn Industrie 4.0 steht für die Vernetzung der realen Fertigungswelt mit der virtuellen Welt. Der Roboter als flexibles Produktionselement wird dabei in der Lage sein, Daten in der Produktion zu sammeln und diese mit den IT-Systemen auszutauschen. Unsere Konzepte dazu konnten wir auf der HANNOVER MESSE einem internationalen Fachpublikum live präsentieren“, sagt Dr. Reuter, der noch auf einen anderen wichtigen Aspekt hinweist: „Für den Standort Deutschland ist das eine große Chance, denn roboterbasierte Automatisierung steigert die Produktivität und hilft damit, Arbeitsplätze in Deutschland zu erhalten.“

Bundeskanzlerin lobt Vielfalt der HANNOVER MESSE

Äußerungen wie diese treffen bei Politikern und Wirtschaftsführern, die sich regelmäßig während der Veranstaltungen der Deutschen Messe treffen, auf offene Ohren. „Der Trend zur Vernetzung ganzer Wertschöpfungsprozesse fand schon auf früheren Messen in Hannover regen Anklang“, bilanziert Bundeskanzlerin Dr. Angela Merkel zur Eröffnung der HANNOVER MESSE 2015 und bestätigt gleichzeitig das Konzept des Messevorstandes: „In diesem Jahr begegnen wir den verschiedensten Facetten von dem, was wir Industrie 4.0 nennen, gekoppelt mit Smart Factories – und das nicht nur in Einzelfällen, sondern an allen Ecken und Enden dieser Messe.“ So starteten Politik und Wirtschaft, Verbände, Wissenschaft und Gewerkschaft während der HANNOVER MESSE 2015 auch die Plattform Industrie 4.0. unter der Leitung von Bundeswirtschaftsminister Sigmar Gabriel und Bundesforschungsministerin Johanna Wanka. >>



Serienproduktion für Einzelstücke

Industrie 4.0 und das Internet der Dinge spielen auch bei anderen Messen eine immer wichtigere Rolle. Beispielsweise bei der LIGNA, der Weltleitmesse für Maschinen, Anlagen und Werkzeuge zur Holzbe- und -verarbeitung. Die HOMAG Group, Spezialist für Holzbearbeitungsmaschinen, kam 2015 mit einer mehr als 100 Meter langen Anlage, an der die vernetzte Serienproduktion von Einzelstücken live zu erleben war. Nach der Auftragerfassung sägten und bearbeiteten die vernetzten Maschinen eine Spanplatte in vielen Arbeitsschritten bis am Ende ein individueller, versandfertiger Schrank die Anlage verließ.

„Die LIGNA ist unbestritten die Nummer 1 unter den Messen in unserer Branche. Nur hier werden komplette Produktionslinien in Aktion gezeigt, was sie sowohl für die Besucher als auch für die internationale Presse und die Aussteller einmalig macht“, sagt Jürgen Köppel, Mitglied des Vorstandes der HOMAG Group. „Die Menschentrauben, die um die Anlage herumstanden und sich von der Präsentation durch den Titan-Roboter faszinieren ließen, haben uns gezeigt, wie interessant und wichtig dieses Thema ist.“

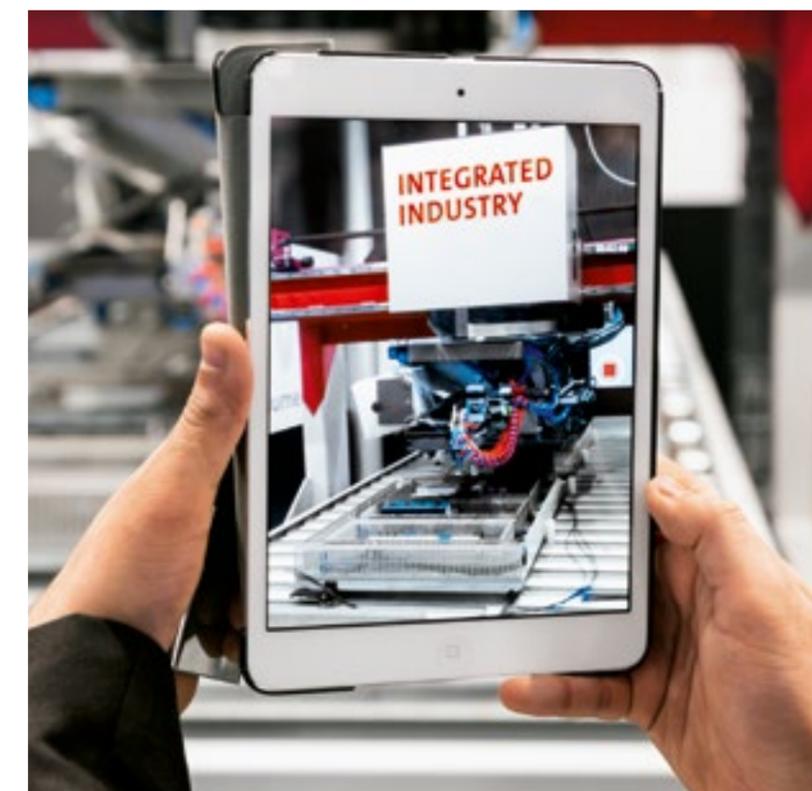


Perfekte Infrastruktur – auch zur INTERSCHUTZ

Doch nicht nur beim Thema Digitale Transformation geben die Veranstaltungen der Deutschen Messe wichtige Impulse. Auch bei anderen Industriethemen vertrauen die Kunden dem Standort Hannover. Beispiel INTERSCHUTZ. Rosenbauer, der weltweit führende Hersteller für Feuerwehrtechnik im abwehrenden Brand- und Katastrophenschutz, nutzte die Messe 2015, um sein neuestes Flughafenlöschfahrzeug in einer faszinierenden Show zu präsentieren.

„Wir nutzen den internationalen Branchentreff der Feuerwehrwelt, um Neuentwicklungen aus allen Produktbereichen zu präsentieren. Die gesamte Infrastruktur ist perfekt, auch die Erreichbarkeit von Hannover. Gelände und Hallen bieten ausreichend Platz, um unser Standkonzept kompromisslos umzusetzen“, sagt Dr. Dieter Siegel, Vorstandsvorsitzender der Rosenbauer International AG.

Es ist wohl diese ganz besondere Mischung aus digitalen Zukunftsthemen, traditionellem Industriegeschäft und dem jahrzehntelangen Veranstaltungs-Know-how, die die Deutsche Messe auch 2015 so erfolgreich machte. Und auch in Zukunft machen soll. ■



START-UPS AUF DER CeBIT

JUNGE QUERDENKER HABEN ERFOLG

Sie denken unkonventionell und so treten sie auch bei Messen auf: Start-ups nutzen SCALE11 im Rahmen der CeBIT als Bühne, um ihre Ideen zu präsentieren und sich zu vernetzen. Auch der chinesische Internetunternehmer Jack Ma hat vor 14 Jahren in Hannover seine Geschäftsidee präsentiert. 2015 eröffnete er die Messe – als Multimilliardär.



”

„Wir haben einfach mit einem durchdachten Konzept die Marketingtrommel gerührt.“

Sven Zuschlag, CEO smapOne

Sven Zuschlag überlässt nichts dem Zufall. Als der CEO des Start-ups smapOne im Jahr 2015 mit seinem Team zur CeBIT fuhr, da war die Grundlage für den sensationellen Erfolg bereits gelegt. „Wir haben im Vorfeld ganz viele Kontakte geknüpft, Firmen auf unseren Stand eingeladen. Mit einem durchdachten Konzept einfach die Marketingtrommel gerührt. Für uns war die Vorbereitung sehr wichtig, wir hatten Angst, sonst ganz alleine auf unserem Stand zu sein.“

Phänomenales Feedback

Doch es kam ganz anders: Der Stand von smapOne, mit deren Baukastensystem Businesskunden auch ohne Vorkenntnisse ihre eigene App gestalten können, wurde geradezu überrannt. „Das Feedback aus dem Markt war phänomenal“, schwärmt der Geschäftsführer, der das Unternehmen 2014 gründete. „Wir haben mehr als 5.000 Besucher gehabt und 2.500 Anregungen für neue Apps bekommen. Die vielen Gespräche haben uns gezeigt, dass der Bedarf an mobilen Apps in allen Branchen und Abteilungen existiert und kostengünstige, einfache Lösungen dafür gesucht werden.“

Papierflieger locken Businesskunden

Um an die Ideen zu kommen, setzte das Unternehmen mit Sitz in Hannover (Headquarter) und Dresden auf den Spieltrieb, dem sich selbst Businesskunden nicht entziehen konnten. Besucher schrieben ihre Ideen für neue Apps auf ein Blatt, bastelten daraus einen Papierflieger und versuchten als kreative Piloten von der „Startbahn“ aus, ihren Flieger ins Ziel zu bringen. Wer das Ziel am genauesten traf, konnte auch etwas gewinnen. Dr. Ingrid Hengster, Mitglied des Executive Board bei der KfW, und Finanzunternehmer Carsten Maschmeyer schauten ebenso vorbei wie „Windows-Chef“ Oliver Görtler von Microsoft und IT-Staatssekretärin Brigitte Zypries.



CeBIT schafft Kontakte zu Geldgebern

Mehr als 300 Start-ups kamen 2015 auf die CeBIT und präsentierten sich auf der Plattform SCALE11. „Start-ups sind die Innovatoren, sie denken digital und out of the box“, sagt Jutta Jakobi, Head of Business Development & Sales im Geschäftsbereich CeBIT. „Darum wollen wir diesen jungen Unternehmen eine Präsentationsplattform für ihre Ideen geben und sie mit Geldgebern und anderen Unternehmen vernetzen. Dass die jungen Unternehmen so erfolgreich auf der CeBIT waren, zeigt auch, dass die Messe funktioniert!“

Das weiß man offenbar auch in China: Internetunternehmer Jack Ma, Gründer der chinesischen Handelsplattform Alibaba und in seiner Heimat wie ein Rockmusiker gefeierter Internetstar, war vor 14 Jahren das erste Mal auf der CeBIT in Hannover, um Geschäfte zu machen, verriet er vor 2.800 Gästen bei der Messeeröffnung. Heute ist er Multimilliardär und Chef einer Gruppe von erfolgreichen internet-basierten Unternehmen.

Davon ist smapOne noch weit entfernt, doch der Auftritt auf der CeBIT 2015 hat die Jungunternehmer selbstbewusster gemacht: „Hannover, wir haben eine Lösung“ hieß das Messemotto zur CeBIT 2016 in Anlehnung an den legendären Satz aus der Mondmission Apollo 13. Und es war nicht nur eine Lösung. ■





JUNGHEINRICH UND DIE CeMAT

GEMEINSAM UM DIE WELT

Die Intralogistikbranche wächst. Und trifft sich auf der CeMAT. In allen wichtigen Märkten vernetzt die Deutsche Messe Aussteller und Besucher und fördert diesen Trend. International orientierte Unternehmen wie die Jungheinrich AG nutzen die Messe seit Jahren für ihre Expansionsstrategie. Mit Erfolg.

Ein goldener Gabelstapler ist der Blickfang auf dem Stand in Halle W1. Chinesische Kunden sitzen auf Designerstühlen an langen Holztischen, es gibt Brezeln. Im Hintergrund flitzen selbstfahrende Stapler durch ein Hochregallager, schieben unermüdlich Paletten in Stellplätze. Auf dem Freigelände erheben sich die gelben Masten von Hubstaplern in den blauen Himmel, Mitarbeiter führen Kunden die neuesten Fahrzeuggenerationen vor. CeMAT ASIA 2015 in Shanghai, die asiatische Intralogistikbranche trifft sich zu ihrem wichtigsten Event.

Faszinierender Markt

Die Jungheinrich AG, weltweiter Anbieter integrierter Systemlösungen, ist wie immer mit einer großen Zahl von Mitarbeitern vertreten, denn die Tochtergesellschaft Jungheinrich Lift Truck (Shanghai) Co Ltd. wächst seit Jahren kräftig. „Die Region ist einer der faszinierendsten Märkte der Welt. Darum bauen wir unsere Präsenz in dem Land ständig aus. Die CeMAT ist dabei ein wichtiger Teil unserer Marketingstrategie“, sagt Dr. Lars Brzoska, Mitglied des Vorstandes und verantwortlich für den Vertrieb der Jungheinrich AG. „Hier treffen wir unsere bestehenden Kunden, hier erreichen wir neue Kunden und hier bekommen wir ein schnelles Feedback aus dem Markt.“



„Wir setzen den weltweiten Expansionskurs der CeMAT in den nächsten Jahren weiter fort.“

Wolfgang Pech, Geschäftsbereichsleiter CeMAT Events Worldwide

CeMAT international gefragt

Seit dem Jahr 2000 gibt es eine eigenständige CeMAT in China, sie war der erste Ableger der Intralogistikmesse CeMAT und ist heute die führende asiatische Fachmesse für Intralogistik. Seit Jahren exportiert die Deutsche Messe erfolgreich Messen wie die CeMAT aus Deutschland in andere Länder und passt sie an die regionalen Anforderungen an. „Damit bieten wir exportorientierten Firmen aus Deutschland unser Know-how weltweit an und unterstützen sie beim Einstieg in die Wachstumsmärkte oder beim Ausbau bestehender Geschäftsverbindungen“, sagt Wolfgang Pech, Geschäftsbereichsleiter der CeMAT Events Worldwide bei der Deutschen Messe.

Jungheinrich ist CeMAT Aussteller der ersten Stunde. Nicht nur in Hannover und Shanghai, sondern auch bei allen anderen CeMAT Events, die die Deutsche Messe weltweit veranstaltet. „Für uns war es immer wichtig, dass die CeMAT nicht einfach 1:1 ins Ausland übertragen wird, sondern sich der örtlichen Messekultur anpasst“, sagt Dr. Brzoska. „Messebesucher in den USA oder in Südamerika müssen ganz anders angesprochen werden als in Deutschland, weil z. B. der Fachzeitschriftenmarkt nicht so ausgeprägt ist wie in Deutschland und Verbände eine noch größere Rolle spielen. Da können wir uns auf die Erfahrung der Deutschen Messe verlassen.“ >>



CeMAT Expansionskurs geht weiter

Der Erfolg der Marke CeMAT geht weiter: Gemeinsam mit dem internationalen Messeveranstalter ITE organisiert die Deutsche Messe im Jahr 2017 die erste CeMAT SOUTHEAST ASIA in Jakarta. „Damit setzen wir unseren weltweiten Expansionskurs fort und veranstalten erstmals parallel zu einer unserer CeMAT Auslandsveranstaltungen mit der TransAsia Jakarta sowie der ColdChain Indonesia weitere Logistikmessen. Dadurch bilden wir die gesamte logistische Wertschöpfungskette ab“, sagt Wolfgang Pech. Erfolgreiche Messen ins Ausland zu bringen, ist keine Einbahnstraße: „Alle unsere Auslandsmessen profitieren von unseren Veranstaltungen in Hannover. Das haben unsere Untersuchungen immer wieder gezeigt. Natürlich gibt es auch in umgekehrter Richtung Impulse. Aussteller, die in ihren Ländern Erfolge hatten, wollen sich auch auf den großen Messen in Hannover präsentieren.“ Davon profitiert die CeMAT in Hannover. Klar, dass auch die Jungheinrich AG dabei sein wird. ■

Größter Einzelauftrag der Firmengeschichte

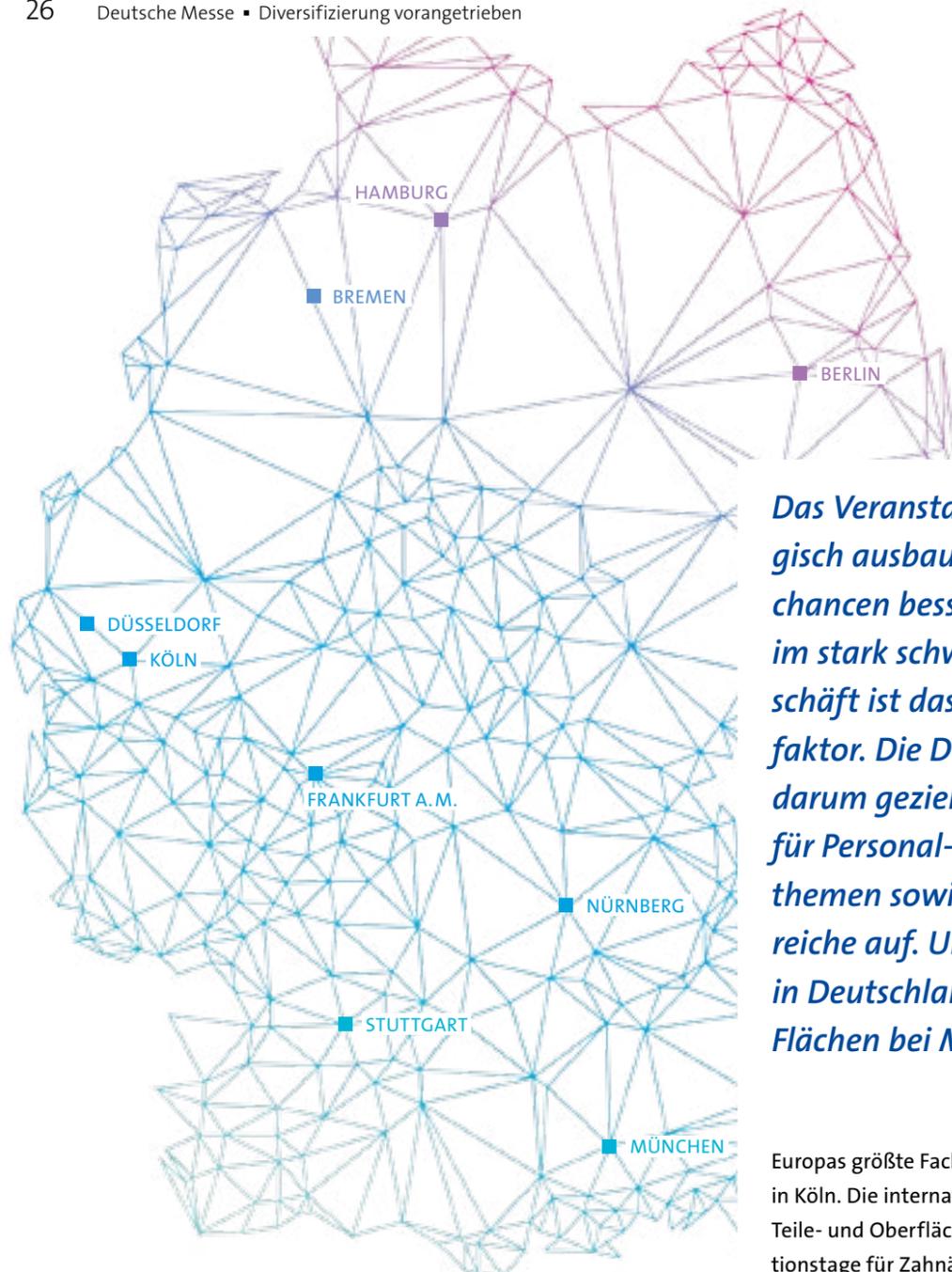
Besonders positiv entwickelt sich Russland: Der Online-Einzelhandel wächst stetig und mit ihm das Interesse an intelligenten Produkten der Intralogistik. Das spürte auch Jungheinrich: Auf der CeMAT RUSSIA unterschrieb das Unternehmen 2015 den größten Einzelauftrag der Firmengeschichte: Das Unternehmen übernimmt für das neue IKEA Distributionszentrum in der Nähe von Moskau als Generalunternehmer alle intralogistischen Aufgaben und ist der Systemintegrator für das Projekt. 210.000 Palettenplätze sollen bis Ende 2017 entstehen.

CeMAT AUSTRALIA startet erfolgreich

Jüngstes Beispiel: die CeMAT AUSTRALIA, die 2015 zum ersten Mal stattfand. Mit 165.000 Unternehmen ist die Logistikbranche einer der Wachstumssektoren Australiens. Flughafen-Logistik, Versandhandel und Konsumgüter-Umschlag gewinnen an Bedeutung und gleichen den Rückgang beim Rohstofftransport aus. Entsprechend groß war das Interesse an der Messe, die künftig in Melbourne stattfinden wird. Auch die INTRALOGISTICA ITALIA in Mailand, eine Messe aus dem Portfolio der CeMAT, öffnete 2015 zum ersten Mal und ist damit ein neues Tor zum italienischen Intralogistik-Markt.

Was im Geschäftsjahr 2015 noch wichtig war:

- CHINA: Der Vertrag zur Industrial Automation Show und MWCS mit dem chinesischen Partner Shanghai East Best & Lansheng International (Group) Co., Ltd wurde verlängert.
- CHINA: Die Beteiligung an SNIIEC bleibt äußerst profitabel: Zum ersten Mal ist es mit der PTC ASIA und der CeMAT ASIA gelungen, alle 17 Hallen des Messegeländes SNIIEC zu füllen. Die Industriemessen Ende Oktober zogen mehr als 70.000 Besucher an.
- BRASILIEN: Die Gesellschaft für Chemische Technik und Biotechnologie e. V. (DECHEMA) und Hanover Fairs Sulamérica haben einen Vertrag unterschrieben und organisieren gemeinsam die TeQ 2016, die internationale Messe für Ausrüster der chemischen Prozessindustrie in Rio de Janeiro.
- INDONESIA: Das ICE-Messegelände in Jakarta wurde offiziell eingeweiht. Die Bewährungsprobe mit der Gaikindo Auto Show, die alle zehn Hallen, den Konferenzbereich und das Außengelände belegte, verlief erfolgreich.



Das Veranstaltungsportfolio strategisch ausbauen, um Wachstumschancen besser nutzen zu können – im stark schwankenden Messegeschäft ist das ein wichtiger Erfolgsfaktor. Die Deutsche Messe baut darum gezielt neues Messegeschäft für Personal- und Gesundheitsthemen sowie andere Zukunftsbereiche auf. Und mietet dafür selbst in Deutschland immer häufiger Flächen bei Mitbewerbern.

Europas größte Fachmesse für Personalmanagement in Köln. Die internationale Leitmesse für industrielle Teile- und Oberflächenreinigung in Stuttgart. Informationstage für Zahnärzte in München. Drei Veranstaltungsorte, ein Messemacher. Egal, ob Zukunft Personal, parts2clean oder id infotage dental – in allen dreien steckt das Know-how der Deutschen Messe, die als weltweit vernetzter Partner ihren Kunden neue Märkte erschließt. Neue Messen aufzubauen und dafür auch Flächen von Mitbewerbern anzumieten, ist ein Teil der Diversifizierungsstrategie, mit der die Deutsche Messe in neue Wachstumssegmente geht und sich unabhängiger von Marktschwankungen macht. Mit dieser Mischung aus Kooperation und Wettbewerb ist sie führend in Deutschland. Mittlerweile gibt es mehr als ein Dutzend Veranstaltungen der Deutschen Messe auf neun konkurrierenden Messegeländen in Deutschland. Und weitere sollen folgen.

CHANCEN GENUTZT

ERFOLGREICH BEIM WETT- BEWERBER

Wachstumsmarkt Personalrecruiting

Zu dieser Strategie gehören die Personalmessen der spring Messe Management GmbH, seit 2015 eine 100-prozentige Tochtergesellschaft der Deutschen Messe. In Stuttgart sind die Corporate Health Convention und die PERSONAL Süd zu Gast, in Hamburg die PERSONAL Nord und in Köln die Zukunft Personal. Alles Messen, die im Wachstumsmarkt Personalrecruiting angesiedelt sind. Genauso wie die job and career Veranstaltungen, die von spring weiter ausgebaut werden. 2015 gelang es dem Team um Geschäftsführer Ralf Hocke erstmals, das Konzept auf der IAA Pkw in Frankfurt/Main umzusetzen: Rund 30 Aussteller kamen zur Automesse in den job and career Bereich, darunter VW, Ford und Opel. 2016 geht es mit job and career Konzepten für die Automechanika der Messe Frankfurt sowie der ALUMINIUM und der COMPOSITES EUROPE des Messeveranstalters Reed Exhibitions weiter.

Aktiv im Wachstumsmarkt Gesundheit

Von strategischer Bedeutung ist auch der Wachstumsmarkt Gesundheit: Die Deutsche Messe Tochter Fachausstellungen Heckmann (FH) hat 2015 die Ausschreibung zur bundesweiten Durchführung von regionalen Dentalmessen für Zahnärzte, Oral-Chirurgen, Kieferorthopäden, Zahntechniker und Praxispersonal für sich entscheiden können. Den Auftakt machten die Veranstaltungen in Hannover und München. „2016 kommen die id-Tage in Hamburg und Frankfurt dazu“, freut sich FH-Geschäftsführerin Carola Schwennsen. In München kamen 4.000



Besucher auf das Messegelände, um sich über innovative Technologien wie digitales dreidimensionales Röntgen zu informieren. Wegen der großen bundesweiten Nachfrage wird schon über zwei weitere Standorte nachgedacht.

Umfassendes Angebot für Oberflächentechnik

Als nicht weniger erfolgreich erweisen sich Messen für Oberflächentechnik wie die parts2clean, die die Deutsche Messe 2012 im Rahmen der Diversifizierungsstrategie erworben hatte und 2015 erstmals eigenständig auf dem Gelände der Landesmesse Stuttgart organisierte. Deutschland ist auch im Bereich der industriellen Teile- und Oberflächenreinigung Technologieführer und zieht mit dieser Messe ein internationales Publikum in die schwäbische Metropole. Genau wie in den geraden Jahren die O&S als Fachmesse für Oberflächen und Schichten gehört die parts2clean zum Portfolio der Oberflächentechnik-Messen der Deutschen Messe, zu dem auch die Surface Technology Veranstaltungen im Ausland gehören. ■

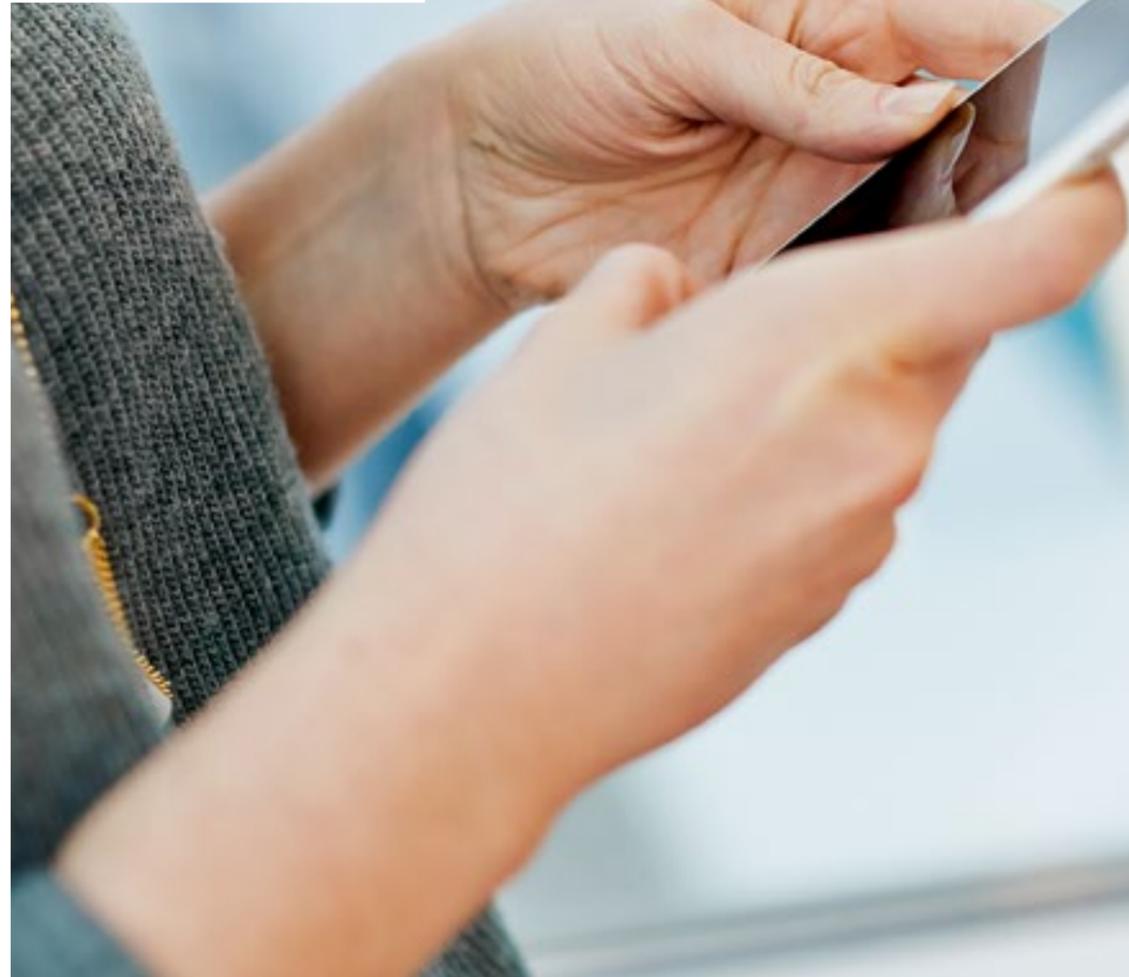
Was im Geschäftsjahr 2015 noch wichtig war:

- AC/DC rockt 75.000 Besucher – im Juni 2015 wurde das Messegelände in Hannover zur Bühne für die Kult-Rocker.
- IdeenExpo begeistert 351.000 Besucher – neun Juli-Tage lang war das europaweit größte Jugendevent für Naturwissenschaften und Technik in Hannover zu Gast.
- Die Messe Gastronomie Hannover GmbH (MG) schrieb 2015 das beste Jahr der Unternehmensgeschichte – dank sehr guter Gastronomiekonzepte für Besucher und überzeugender Veranstaltungskonzepte für Aussteller. Darüber hinaus war MG bei zahlreichen Sonderveranstaltungen und Events gastronomisch aktiv.
- Weniger Ansprechpartner, mehr Service: Die Deutsche Messe hat ihre Dienstleistungen in einem neuen Geschäftsbereich gebündelt.

DIGITAL WÄCHST WEITER

SERVICE AUS DEM NETZ

Die Deutsche Messe setzt auf Digitalisierung. In den kommenden Jahren soll der Umsatz in diesem Bereich um rund 10 Prozent pro Jahr wachsen. Neue Angebote und die Tochtergesellschaften Deutsche Messe Interactive und event it helfen dabei, Kunden und Aussteller auch digital noch besser zu vernetzen.



Konzentriert schaut der Besucher auf sein Smartphone. Die Hallen 14 und 15 leuchten in kräftigem Orange, rechts erstrecken sich in bunten Farben die Hallen 3 bis 7. Am oberen Rand des Displays erhebt sich das Messehochhaus. Mit dem Finger tippt er auf eine Halle und lässt sich vom aktuellen Standort auf dem kürzesten Weg zu seinem Wunschstand führen. Am Abend zeigt ihm die App, welche Stände er besucht hat, was er sich dabei notiert hat – und die Zahl der Schritte, die er auf der Informationstour durch die Hallen zurückgelegt hat. Keine Zukunftsvision, sondern Realität auf dem Messegelände in Hannover.

Messerundgang per Smartphone

Ob CeBIT, HANNOVER MESSE oder LIGNA: Messebesucher nutzen immer häufiger mobile Technologien, um ihren Messebesuch im Vorfeld zu planen und

ihren Besuch zu optimieren. Die Deutsche Messe bietet darum zu jeder großen Messe eine passende App, mit der sich Aussteller und Besucher schon im Vorfeld vernetzen und Termine planen können. Und wer ganz auf Papier verzichten möchte, der kann sich für Messen in Hannover seine Eintrittskarte gleich als QR-Code aufs Smartphone holen und ohne Wartezeit direkt zum Eingang gehen.

„Die Besucher von CeBIT und HANNOVER MESSE sind besonders affin für unsere Apps, die Katalog und Navigationssystem zu einer großen Hilfe kombinieren“, sagt Michael Bouda, IT-Leiter bei der Deutschen Messe. „Darin haben wir uns in den vergangenen Jahren eine große Expertise erarbeitet. Gut 100.000 Mal wurden unsere Apps im Jahr 2015 heruntergeladen. Mittlerweile bieten wir solche Lösungen auch für andere Veranstalter und andere Messegelände an.“ >>

Die offizielle App der IAA

Ein Beispiel ist die 66. Internationale Automobil-Ausstellung (IAA) Pkw, die 2015 in Frankfurt/Main mit dem Schwerpunkt Vernetzung und Digitalisierung der Mobilität mehr als 900.000 Besucher lockte. Für die Entwicklung und Vermarktung der offiziellen IAA App beauftragte der Verband der Automobilindustrie (VDA), der die IAA ausrichtet, die Deutsche Messe. Ziel der App-Gestaltung war es, eine individuelle Messeplanung für einen erfolgreichen und effizienten IAA Besuch zu ermöglichen. Zudem sollte die App für die Aussteller eine reichweitenstarke Plattform schaffen, um sich zielgruppenspezifisch präsentieren zu können. Die IAA Pkw-App beinhaltet daher neben der Navigationsfunktion, der Standortlokalisierung und dem dynamischen Geländeplan auch die Suchfunktion nach Ausstellern, Marken und Produkten sowie eine Bookmark-Funktion für eigene Favoriten.

„Apps gehören heutzutage ins Pflichtenheft der Marketingstrategen eines Unternehmens“, sagt VDA-Geschäftsführer Klaus Bräunig. „Die App, die wir seit 2011 realisiert haben, ist ein seit Jahren erfolgreich weiterentwickeltes und optimiertes digitales Produkt für Besucher, Pressevertreter und Aussteller. Darum werden wir auch zur IAA Nutzfahrzeuge 2016 in Hannover eine weiterentwickelte App aufsetzen. Wir freuen uns, dass wir auch bei diesem Vorhaben wieder mit der Deutschen Messe zusammenarbeiten.“ Das positive Urteil teilen auch die Auto-Experten von BILD: „DAS Muss für alle IAA Besucher: Die App des Veranstalters VDA bringt Ordnung in Ihren Messe-Besuch.“



Digitale Services für Aussteller und Besucher und optimierte digitale Prozesse für das eigene Geschäft sind ein wichtiger Teil der Wachstumsstrategie der Deutschen Messe. 2015 wurde deshalb das Digital Office gegründet. Die Stabsstelle ist direkt am Vorstand angesiedelt und bündelt alle digitalen Projekte im Unternehmen, das die Digitalisierung schon seit vielen Jahren vorantreibt. Das Team im Digital Office fungiert als Berater, Beschleuniger und Treiber zugleich.

Digital-Signage-System erfolgreich getestet

Die Deutsche Messe arbeitet schon an weiteren Services: Eine spezielle Software erkennt, wann ein Besucher, der bei einem Aussteller einen Termin abgesprochen hat, aufs Gelände kommt und informiert den Gesprächspartner. Digital-Signage-Systeme, mit denen Besucher auf Bildschirmen speziell für sie interessante Informationen bekommen, wurden 2015 erfolgreich getestet und werden weiter ausgebaut. Schon bald soll es Empfehlungssysteme geben, wie man sie vom Online-Shopping kennt: Wer sich Aussteller x angesehen hat, für den ist auch Aussteller y interessant. „Wir profitieren dabei auch von der Nähe zu Start-ups, die wir durch die CeBIT haben. Da kommen viele gute Ideen, die wir gemeinsam umsetzen können“, sagt Marius Felzmann, Geschäftsbereichsleiter der CeBIT bei der Deutschen Messe.

Weniger Papier, mehr PDF

Schritt für Schritt werden auch die internen Prozesse weiter digitalisiert. Weniger Papier, mehr PDF ist die Strategie. So soll der digitale Dokumentenversand von Standbestätigungen, Kennwörtern und Rechnungen erstmalig zur DOMOTEX 2017 umgesetzt sein. Langfristig wird der Online Business Service (OBS) eine neue Benutzeroberfläche bekommen und die Kunden werden wie in einer Art Messe-Amazon bestellen können, inklusive Empfehlungsmarketing und vielen anderen neuen Funktionen.

Tochtergesellschaften ergänzen Service

Zusätzliche digitale Services bietet die Deutsche Messe durch ihre Tochtergesellschaften Deutsche Messe Interactive und event it. 2015 präsentierte Vodafone auf der CeBIT unter dem Motto „Bereit für das Business von morgen“ seine technologischen Zukunftspläne. event it kümmerte sich um das Gästemanagement und erfasste für den Aussteller die Leads. Bei der Mercedes-Benz Motorsport-Champions 2015 in Stuttgart feierten rund 35.000 Zuschauer. event it übernahm das Einladungs- und Teilnehmermanagement der VIP-Gäste und war vor Ort verantwortlich für den Check-in aller Ehrengäste.

Und DMI entwickelte für Germany Trade & Invest eine digitale Expertenbefragung als E-Mail-Marketing-Kampagne, mit der hoch qualifizierte Besucher für den Messestand auf der HANNOVER MESSE gewonnen wurden. „Wir bekamen nicht nur 300 hoch qualifizierte Leads, sondern durften auch viele interessante Entscheider an unserem Messestand begrüßen“, sagt Asha-Maria Sharma, Senior Manager bei Germany Trade & Invest. So bringt die Deutsche Messe Besucher und Aussteller schon im Vorfeld ihrer Messen zusammen – mit Erfolg. ■

MESSEN A–Z



abf: AKTIV IN DER FREIZEIT

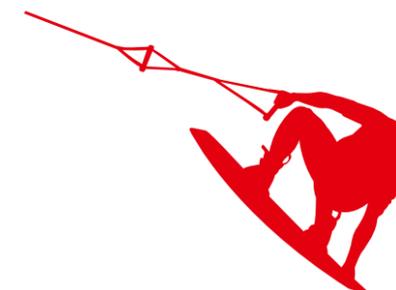


abf Mit einem neuen Konzept präsentierte sich Norddeutschlands größte Messe für aktive Freizeit in Hannover: Erstmals verdichtete sie sich von neun auf fünf Messtage und konzentrierte sich auf die Schwerpunkte Caravaning & Camping, Reisen & Urlaub sowie Aktiv & Fit. Bei den knapp 420 Ausstellern und den mehr als 77.800 Besuchern kam das neue Konzept, das aktuelle Freizeittrends in den Mittelpunkt stellte, gut an. Der Deutsche Boulder Cup, der erstmals in Hannover ausgetragen wurde, gehörte zu den Besuchermagneten. Weitere sportliche Highlights waren die Wakeboard-Wettkampfsreihe Wake Masters sowie das Indoor-Beachrugby-Turnier, das mit 250 Spielern auf 320 Tonnen feinstem Sand stattfand.



„Für uns ist die abf eine sehr wichtige Plattform, um das Thema mobiles Reisen zu präsentieren.“

Paul Geominy, Vertriebsmanager Knaus Tabbert GmbH



Altenpflege: LÖSUNGEN FÜR EINEN WACHSTUMSMARKT



Die Fachmesse Altenpflege hat ihre Bedeutung für die Pflegebranche weiter gestärkt. Unter dem Motto „Herausforderung Pflege – Lösungen, die den Markt bewegen“ zeigten 681 Aussteller in Nürnberg zukunftsweisende Innovationen und Dienstleistungen für den Pflegemarkt. Das Angebot auf mehr als 22.000 Quadratmetern Ausstellungsfläche umfasste Pflegehilfen, Einrichtung, Therapie, Textil und Bekleidung, Hauswirtschaft und Ernährung, Informations- und Kommunikationstechnologie, Personalgewinnung sowie Aus- und Weiterbildung. Der Veranstalter Vincentz Network, gemeinsam mit Fachausstellungen Heckmann, zählte rund 27.000 Fachbesucher sowohl aus stationärer als auch ambulanter Altenpflege.

681
AUSSTELLER

26.976
FACHBESUCHER



AGRITECHNICA: HOHE INTERNATIONALE BEDEUTUNG



Die Landwirtschaft 4.0 hat auf der AGRITECHNICA, der internationalen Leitmesse für Landtechnik und Landwirtschaft, Einzug gehalten und zieht eine konstant hohe Zahl von Ausstellern und Besuchern nach Hannover. Die Deutsche Landwirtschafts-Gesellschaft e. V. (DLG), die die Messe alle zwei Jahre in Hannover veranstaltet, berichtet von einer weitergewachsenen internationalen Bedeutung. 2015 waren mehr als 450.000 Besucher zu Gast, darunter mehr als 98.000 internationale Besucher aus 115 Ländern. Zu den Besuchern zählten auch Bundeslandwirtschaftsminister Christian Schmidt und der russische Industrieminister Denis Manturow. Von den 2.892 Ausstellern kamen 1.622 aus dem Ausland.

Auch diesmal zeigte sich die AGRITECHNICA als Innovationsmotor und Ideengeber. Die Zulieferer-Plattform Systems & Components mit der zentralen Präsentation in den Hallen 15, 16 und 17 fand 2015 zum zweiten Mal statt und hat sich innerhalb der Messe gut profiliert. Neben Motoren, Hydraulik, Achsen und Antriebstechnik sowie Kabinen, Elektronik, Ersatz- und Verschleißteilen waren dort auch die Software- und die Reifenbranche vertreten.

2.892
AUSSTELLER

452.471
BESUCHER



B.I.G.: ALLES FÜRS EIGENHEIM



Bauen, Immobilien und Garten – dafür steht die neue Verbrauchermesse B.I.G., die von Fachausstellungen Heckmann organisiert wird. Mit über 17.000 Besuchern und mehr als 270 Ausstellern gehörte sie schon im Premierenjahr zu den größten norddeutschen Messen rund ums Eigenheim. Hervorgegangen ist das neue Format aus der Freizeitmesse abf, die sich nun wieder auf ihre Kernthemen konzentriert.

Auf der B.I.G. konnten sich Bauherren, Hobbyhandwerker und -gärtner erstmals auf einer eigenen Fachmesse in Hannover über aktuelle Trends zur Gestaltung von Wohnraum und Garten informieren. Hilfe für die Umsetzung konkreter Projekte bot das sogenannte Planerdeck: Architekten und Bauingenieure halfen den Interessenten mit einer Erstberatung weiter.

Live von der B.I.G.:
**Täglich präsentierte NDR 1
Niedersachsen das Garten-
Forum.**



BIOTECHNICA/LABVOLUTION: ERFOLGREICHES MESSEDOPPEL



Erfolgreich kombiniert: Die neue Labortechnik-Fachmesse LABVOLUTION hat sich als ideale Ergänzung zur BIOTECHNICA, dem europäischen Branchentreff für Biotechnologie und Life Sciences, erwiesen. Mehr als 9.700 Fachbesucher kamen 2015 nach Hannover, um die wichtigsten Innovationen aus der Laborwelt und der Biotechnologie an einem Ort zu erleben. Herausragende Themen beider Fachmessen waren die Digitalisierung und ihre Chancen. Als großer Besuchermagnet erwies sich deshalb auch die Sonderschau smartLAB: Das voll vernetzte Musterlabor zeigte in verschiedenen Anwendungsfällen, wie der Einsatz von Software, Automation, Robotik, Augmented Reality, Wearables oder Big Data den Laboralltag künftig verändern wird.



424
AUSSTELLER

9.755
FACHBESUCHER

3.134 AUSSTELLER

68
NATIONEN

CeBIT: IMPULSE FÜRS DIGITALE BUSINESS

CeBIT

Die rasante Digitalisierung in Wirtschaft und Gesellschaft setzt sich weiter fort. Die CeBIT als die weltweit wichtigste Veranstaltung für IT und Digitalisierung trieb diesen Trend auch 2015 voran: Mit dem Top-Thema d!conomy gab die Messe in Hannover zukunftsweisende Impulse für die digitale Branche. Die vernetzte Kraft von Cloud Computing, Big Data, Mobility und Social Media ermöglicht radikal neue Geschäftsmodelle und verändert viele Märkte tief greifend. Wie Unternehmen strategisch reagieren müssen, um die Potenziale der neuen Märkte möglichst stark zu nutzen, konnten sie auf der CeBIT 2015 erleben. Besonders beim Mittelstand kam der Schwerpunkt gut an, wie der wachsende Anteil an Teilnehmern aus Unternehmen mit bis zu 1.000 Mitarbeitern verdeutlicht. Zusammen mit der höheren Internationalität, den steigenden

Besucherzahlen und der größeren Fläche zeigte sich deutlich, dass das neue Konzept der Fokussierung auf Geschäftskunden im zweiten Jahr Früchte trug. Das belegen auch prominente Messerückkehrer wie Alcatel Lucent Enterprise Deutschland, Konica Minolta, Rittal und Schneider Electronic.

Die mehr als 3.100 Aussteller aus rund 70 Nationen zogen eine positive Bilanz: Während der fünf Messetage ging es an ihren Ständen vor allem um Chancen und Lösungen rund um das Internet der Dinge und die Digitalisierung. Das Thema Chancen und Risiken der Internet-Welt rückte eine viel beachtete Live-Videoschleife mit NSA-Enthüller Edward Snowden in den Fokus. Damit unterstrich die CeBIT auch ihre gesellschaftliche Bedeutung.

CeBIT Events Worldwide

CeBIT INDIA: BELIEBT BEI ENTSCHEIDERN



2015 brachte die CeBIT INDIA die Technologiebranche des Landes in Bengaluru, dem Silicon Valley Indiens, wieder zusammen. Das Motto „Discover The Digital Business Solutions Marketplace“ begeisterte die Branche: Im zweiten Messejahr freuten sich die Veranstalter und die 355 Aussteller über mehr als 10.000 Fachbesucher. Vor allem bei den Einkäufern war ein deutlicher Anstieg zu verzeichnen. Knapp 280 Vorstandsmitglieder aus Industrieunternehmen besuchten die Veranstaltungen des CeBIT Executive Clubs. Die +91 Start-up Challenge zog als spannender Wettbewerb viele junge, innovative Unternehmen auf die Veranstaltung.

CeBIT Events Worldwide

CeBIT AUSTRALIA: INTERNATIONALE STRAHLKRAFT



Nicht nur für die australische Technologiebranche ist die CeBIT AUSTRALIA das wichtigste IT-Event, das die Branche zusammenbringt. In der gesamten Region Asien-Pazifik besitzt das Event eine große Strahlkraft, sodass auch zahlreiche internationale Besucher zur CeBIT in „down under“ anreisen. Mehr als 12.600 hoch qualifizierte Fachbesucher aus 43 Ländern waren an den drei Veranstaltungstagen im Sydney Olympic Park zu Gast. Mit 363 Ausstellern aus 15 Ländern bot die Messe einen Überblick über die aktuellen Innovationen aus den Bereichen Big Data, Cyber Security oder dem Internet der Dinge.



CeMAT Events Worldwide

CeMAT ASIA: DYNAMISCHES WACHSTUM



Für viele Unternehmen in der Intralogistik gehört der asiatisch-pazifische Raum zu den wichtigsten Wachstumsmärkten. E-Commerce und Smart Manufacturing setzen sich weiter durch – und mit ihnen nimmt auch die Modernisierung von Intralogistikstrukturen Fahrt auf. In diesem Aufwind hat sich auch die CeMAT ASIA als führende Messe Asiens für Intralogistik und Supply Chain Management weiterentwickelt: 2015 präsentierten sich in Shanghai 472 Aussteller in vier statt bislang drei Messehallen und auf nunmehr 47.000 m² Bruttoausstellungsfläche. Neu hinzu kam die „Smart Logistics Experience Hall“, in der intelligente Logistiksysteme im Fokus standen. Mehr als 70.000* Besucher ließen sich die internationale Großveranstaltung nicht entgehen.

* Inkl. PTC ASIA, ComVac ASIA und Industrial Supply ASIA

CeMAT Events Worldwide

CeMAT AUSTRALIA: NEUES MITGLIED DER CeMAT FAMILIE



2015 haben die Deutsche Messe und Hannover Fairs Australia einen eigenen Branchentreff für die dynamische Intralogistikbranche des Landes geschaffen: Die CeMAT AUSTRALIA zeigte als erstes regionales Event Logistiklösungen und Fördertechnik unter einem Dach. Im Olympic Park Sydney fand die neue Messe zeitgleich zur CeBIT AUSTRALIA statt: Mehr als 4.200 Besucher und mehr als 100 Aussteller aus acht Ländern waren bei dem erfolgreichen Auftakt dabei. 2016 bekommt die CeMAT AUSTRALIA einen neuen Austragungsort und wechselt in die Metropole Melbourne.



CeMAT Events Worldwide

CeMAT SOUTH AMERICA: STANDORT MIT CHANCEN



Seine geografische Lage hat Brasilien zum führenden Handelszentrum für Südamerika gemacht. Darum bietet der Standort auch der Intralogistikbranche gute Chancen. Auf der CeMAT SOUTH AMERICA in São Paulo präsentierten 2015 über 200 Aussteller aus 30 Ländern ihre Innovationen. In Livedemonstrationen stellten ausgewählte Unternehmen ihre Produkte und Dienstleistungen in unterschiedlichen Prozessphasen wie der Materialbearbeitung, der Lagerung, dem Versand und dem Vertrieb vor. Mehr als 10.000 Besucher kamen zu der internationalen Fachmesse, um sich zu informieren und zu vernetzen.

CeMAT Events Worldwide

INTRALOGISTICA ITALIA: SYNERGIEN NUTZEN



2015 feierte die neue Intralogistikmesse in Italien ihre Premiere. Sie fand zeitgleich mit der IPACK IMA, der Weltleitmesse für Verpackungstechnik in der Food- und Non-Food-Industrie, statt. Durch diese Kombination entstanden zahlreiche Synergien. Insgesamt kamen mehr als 131.000* Besucher auf das Messegelände in Mailand. Rund 15.900 Gäste aus 103 Ländern besuchten die INTRALOGISTICA ITALIA mit 85 Ausstellern. Auf besonders großes Interesse stießen innovative Automatisierungslösungen, die für mehrere Produkte ausgelegt sind und so Lieferzeiten reduzieren.

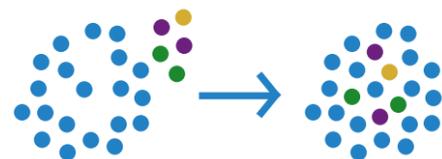
* Inkl. IPACK IMA



didacta: VIELFALT IN DER BILDUNG



Optimale Lernräume, digitale Lehrmittel, Chancen bietende Vielfalt und Inklusion – mit diesen und vielen weiteren Themen gab die didacta 2015 in Hannover wichtige Impulse für die Bildungsbranche. Für knapp 71.000 Besucher hatte die Deutsche Messe gemeinsam mit dem Didacta Verband e. V. und dem Verband Bildungsmedien e. V. ein umfassendes Informationsangebot zusammengestellt. Sowohl in den fünf Messehallen mit mehr als 740 Ausstellern als auch in den Foren und in Konferenzen waren Themen wie die frühe Bildung, die digitale Bildung und die berufliche Bildung echte Besuchermagnete. Hervorzuheben ist auch die bildungspolitische Bedeutung der didacta: Durch die Erweiterung von klassischen Bildungseinrichtungen und die Integration von außerschulischen und virtuellen Lernräumen soll die Vielfalt in allen Formen als Gewinn für den Bildungsprozess genutzt werden und allen Kindern sollen faire Bildungschancen ermöglicht werden.



EINS DER TOPTHEMEN
AUF DER DIDACTA: INKLUSION



„Die DOMOTEX ist für uns immer wieder der beste Treffpunkt der Branche.“

Alex Jauregui, Senior VP Carpet Business,
Mannington Commercial, Calhoun/Georgia, USA

1.316 AUSSTELLER

64% BESUCHER AUS DEM AUSLAND

37.929 BESUCHER

DOMOTEX: INTERNATIONALES GESCHÄFT ANGEKURBELT



Mit ihrer Innovationskraft und großen Vielfalt ist die DOMOTEX das wichtigste Event für die Bodenbelagsbranche. Das verdeutlichen auch die ausgewählten Neuheiten, die auf der gesonderten Ausstellungsfläche Innovations@DOMOTEX in Szene gesetzt wurden. Großen Zulauf verzeichneten zudem die Guided Tours, in denen Architekturprofis die Teilnehmer zu ausgewählten Neuheiten führten. Mehr als 1.300 Aussteller aus 63 Ländern nutzten 2015 die Fachmesse in Hannover, um aktuelle Trends bei Teppichen, Laminat und anderen Bodenbelägen vorzustellen. So konnte die Messe ihre Position als weltweiter Entscheidertreffpunkt weiter ausbauen. Bei den rund 38.000 Besuchern zeigte sich die internationale Bedeutung der DOMOTEX: 64 Prozent von ihnen reisten aus dem Ausland an – darunter vor allem Entscheider mit einem konkreten Investitionsvorhaben. Auch bei Architekten, Innenarchitekten und Objektausstattern gewann die DOMOTEX weiter an Beliebtheit.

DOMOTEX Events Worldwide

DOMOTEX asia/CHINAFLOOR: BODENTRENDS FÜR ASIEN



Den aufsteigenden asiatischen Markt betrachtet die DOMOTEX asia/CHINAFLOOR. Die Bodenbelagsmesse bot 2015 mehr als 46.000 Besuchern eine große Internationalität. Auf 140.000 m² Bruttoausstellungsfläche zeigten 1.275 Aussteller aus 38 Ländern ihre Produktneuheiten. Besonders der Aspekt der Nachhaltigkeit rückte in den Vordergrund: Neben der Vorstellung zahlreicher, umweltfreundlich erzeugter Produktlösungen wurde auch der GreenStep Asia Award verliehen.

216.646

BESUCHER

6.484

AUSSTELLER

HANNOVER MESSE: AUFBRUCH ZUR INDUSTRIE 4.0



Maschinen und Werkstücke im permanenten Austausch für optimale Ergebnisse und effiziente Abläufe: Die HANNOVER MESSE 2015 ließ unter dem Motto „Integrated Industry – Join the Network“ die Fabrik der Zukunft konkret werden. Mehr als 216.000 Besucher – darunter knapp 65.000 Besucher aus dem Ausland – erlebten den Trend Industrie 4.0 branchenübergreifend. Zahlreiche Rundgänge, Foren und Veranstaltungen widmeten sich dem Thema – und waren besonders beliebt bei den Besuchern. Mit dieser erfolgreichen Ausrichtung baute die führende Industriemesse ihre Spitzenposition weiter aus. Die Digitalisierung der industriellen Produktion, die Zusam-

menarbeit zwischen Mensch und Maschine, innovative Zulieferlösungen sowie intelligente Energiesysteme waren aktuelle Trends bei den Ausstellern. Rund 6.500 Unternehmen aus rund 70 Ländern zeigten neue Technologien für die Produktionsstätten. Dazu gehörten auch Roboter, die mit ihrer Schnelligkeit, Präzision und Kraft ein Besuchermagnet der HANNOVER MESSE 2015 waren. In der Produktion arbeiten sie inzwischen Seite an Seite mit den Mitarbeitern und übernehmen meist unterstützende Aufgaben. Auch die Energiesysteme werden intelligent und führen Wind-, Solar-, Wasserkraft oder Biogas in einem effektiven Energienetz zusammen. Im Energiebereich auf der HANNOVER MESSE zeigten

Aussteller Lösungen, mit denen diese dezentral erzeugte Energie bedarfsgerecht an Verbraucher verteilt wird – eine wichtige Voraussetzung für die Energiewende. Das Partnerland Indien präsentierte sich unter dem Claim „Make in India“ als aufstrebende Industrienation. Rund 370 indische Unternehmen stellten sich in Hannover vor. Führende indische Unternehmen, wie Roots India und Heavy Engineering Corporation Ltd. (HEC), unterzeichneten Absichtserklärungen mit deutschen Unternehmen.



Industrial Automation Events Worldwide

Industrial Automation BEIJING: FACHKONFERENZ AUF HÖCHSTEM NIVEAU



Die Intelligenz der modernen Industrie stand im Fokus der Industrial Automation BEIJING. Zu den vier Themenschwerpunkten Sensor und Anschluss, Bewegungssteuerung, Industrieroboter sowie intelligente Fertigungssysteme stellten über 200 international führende Unternehmen auf 20.000 m² Bruttoausstellungsfläche aus. Highlight war der „2015 International Intelligent Manufacturing Summit“, der sich zu einem Event mit hohem Bekanntheitsgrad entwickelt hat. 2015 gehörte der chinesische Wirtschaftsminister zu den mehr als 800 Teilnehmern und unterstrich mit seiner Präsenz die Bedeutung des Treffens. Besonders freuten sich die Veranstalter auch über die Besucherzahl: Mit rund 15.800 Fachbesuchern lag sie rund fünf Prozent höher als im Vorjahr.

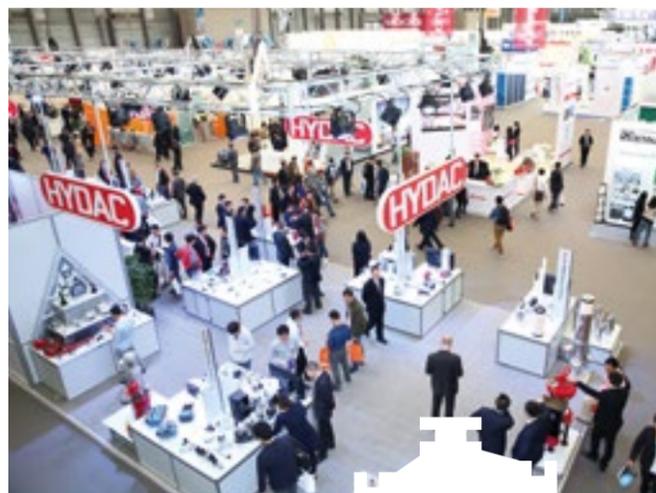
15.806
FACHBESUCHER

Industrial Automation Events Worldwide

Industrial Automation SHENZHEN: EINFLUSSREICH IN SÜDCHINA



Mit 450 Ausstellern auf 30.000 m² Bruttoausstellungsfläche ist die Industrial Automation SHENZHEN das einflussreichste Event der Branche im Süden Chinas. Mit innovativen Technologiekonzepten und Produkten zog das Event 2015 über 24.700 Fachbesucher an – unter ihnen viele Einkäufer.



MDA Events Worldwide

PTC ASIA: MEHR FLÄCHE, MEHR AUSSTELLER

PTC
MDA
ASIA

Die PTC ASIA hat ihren Ruf als eine der führenden Messen für Antriebs- und Fluidtechnik mit ihrer 20. Veranstaltung weiter ausgebaut.

Seit 1991 begleitet die Messe die positive Entwicklung der chinesischen Fertigungsindustrie und ist zu einer wichtigen Drehscheibe für den asiatischen Markt geworden. Mit mehr als 1.500 Ausstellern, davon rund 22 Prozent aus dem Ausland, war sie 2015 nochmals größer als im Vorjahr. In den 17 Hallen des Shanghai International Exhibition Centre waren rund 96.000 m² Bruttoausstellungsfläche belegt. Etwa 70.000* Besucher kamen auf das Gelände, davon rund 6 Prozent aus dem Ausland, um sich unter anderem über Industrie 4.0 und Smart Manufacturing zu informieren. Das MDA Forum setzte sich explizit mit diesen Themen auseinander, die in China angekommen sind. Auch eine Politiker- und Unternehmerdelegation unter der Leitung von Hannovers Oberbürgermeister Stefan Schostok informierte sich auf der Messe und besuchte ausgewählte Aussteller wie die Hannover Lounge. Hier präsentierte sich der Standort Hannover als Gemeinschaftsprojekt mit TourismusMarketing Niedersachsen, Hannover Marketing & Tourismus, hannoverimpuls, hannover airport und der Deutschen Messe. Eine Geste, die sehr positiv wahrgenommen wurde.

* Inkl. CeMAT ASIA, ComVac ASIA und Industrial Supply ASIA

WIN Events Worldwide

WIN EURASIA Automation & Metalworking: ERFOLGSKURS FORTGESETZT

WIN
EURASIA

Mit den beiden WIN Messen (World of Industry) haben die Deutsche Messe und ihre Tochter Hannover Messe Bileşim Fuarçılık A.Ş. erfolgreiche Industrieevents in der Türkei geschaffen, die die Geschäftsbeziehungen über Ländergrenzen hinweg fördern. Die WIN EURASIA Metalworking fand bereits zum 20. Mal statt. Mehr als 600 Aussteller und 29.000 Besucher kamen zu den drei Fachmessen Metalworking EURASIA, Surface Treatment EURASIA und Welding EURASIA, die unter dem Dach der WIN EURASIA Metalworking auf 35.000 m² Bruttoausstellungsfläche vereint sind. Besonderer Schwerpunkt lag auf dem Thema Arbeitssicherheit, dem sich die Sonderschau „Safe@Work“ widmete. Auch die WIN EURASIA Automation konnte ihre Position als wichtigste Industriemesse in der Türkei 2015 weiter festigen. Mehr als 650 Aussteller zeigten ihre Produkte für alle Fabrikbereiche – von einfachen Kabeln und Antriebslösungen über Software und Roboter bis hin zu unbenannten Gabelstaplern. Über 77.000 Gäste besuchten die einzelnen Fachmessen Otomasyon EURASIA, Electrotech EURASIA, Materials Handling EURASIA und Hydraulic & Pneumatic EURASIA.

106.260

BESUCHER

95.000 m²

BRUTTOAUSSTELLUNGSFLÄCHE

1.290

AUSSTELLER

WIN Events Worldwide

WIN INDIA: MAKE IN INDIA

WIN
INDIA

Die Regierungsinitiative „Make in India“, die für den Produktionsstandort Indien wirbt, stand im Mittelpunkt der dreitägigen Industriemesse WIN INDIA. Daneben präsentierten knapp 300 Aussteller aus 21 Nationen in Neu-Delhi Spitzentechnologien und -lösungen für die Modernisierung von Fabriken und Lagern. Mehr als 9.400 Fachbesucher kamen zu den einzelnen Fachmessen, die unter dem Dach der WIN INDIA stattfinden.

infa: SO BUNT WIE DAS LEBEN



Waren und Dienstleistungen aus nahezu allen Bereichen des Lebens: Die Erlebnis- und Einkaufsmesse infa präsentierte auch 2015 viele Neuheiten zum Ausprobieren, kombiniert mit einem bunten Informations- und Unterhaltungsprogramm. Besonderer Anziehungspunkt auf dem Messegelände Hannover war für die knapp 178.000 Besucher die Bastel- und Handwerksmesse infa kreativ mit den dazugehörigen Specials „Cake World Germany“, „DaWanda-Area“ und „STRICK! Hannover“. Auch die Themenwelten LEBENSART, Christmas und Markthalle lockten viele Gäste, die im Durchschnitt 265,60 Euro ausgaben. Rund 1.400 Aussteller aus 30 Nationen waren in den acht Messehallen vertreten.



„Auf der infa erreichen wir viel mehr Menschen als mit jeder Anzeige.“

Stephan Guddat, Geschäftsführer Feine Dinner Show GmbH

1.398
AUSSTELLER

177.353
BESUCHER

IM DURCHSCHNITT
265,60 €
AUSGABEN PRO KOPF

id infotage dental: NEUER BRANCHENTREFF IN HANNOVER UND MÜNCHEN



Einen erfolgreichen Auftakt feierten die id infotage dental im September in Hannover: 2015 war die von Fachausstellungen Heckmann organisierte Fachmesse für Zahnarztpraxis und Labor erstmals in der niedersächsischen Hauptstadt zu Gast und überzeugte mit guten Ergebnissen. 2.500 Zahnärzte, Zahntechniker und Zahnarztshelfer besuchten den neuen Branchentreff, um sich bei 120 Ausstellern über neueste Produkte der Dentalmedizin zu informieren. Lutz Müller, Präsident Bundesverband Dentalhandel, zeigte sich zufrieden: „Die Entscheidung, die Messe nach Hannover zu holen, war absolut richtig. Mit den infotagen dental hat die Branche in Norddeutschland wieder einen neuen Treffpunkt.“

Zu den id infotagen dental in München kamen einen Monat später 4.000 Besucher und 190 Aussteller. Bei beiden Veranstaltungen standen innovative Technologien wie digitales dreidimensionales Röntgen, Abformen und Herstellen von Zahnersatz im Mittelpunkt. In den beiden Fachforen „Service Highway“ und „Dental Arena“ wurden außerdem wichtige Fragen rund um den digitalen Workflow sowie neue Hygienevorschriften behandelt.



„Regionale Fachmessen haben für unsere Industrie eine besondere Bedeutung, weil wir hier unsere Endkunden erreichen.“

Dr. Martin Rickert, Vorsitzender Verband der Deutschen Dental-Industrie e.V.

156.844
BESUCHER1.453
AUSSTELLER

INTERSCHUTZ: DIE BESTE ALLER ZEITEN



Mit neuen Rekordwerten erreichte der Branchentreff für Brand- und Katastrophenschutz, Rettung und Sicherheit 2015 eine neue Dimension. Mit mehr als 1.450 Ausstellern aus 51 Ländern und knapp 157.000 Besuchern war die Veranstaltung die bestbesuchte und größte INTERSCHUTZ aller Zeiten.

Den Besuchern bot sich ein Event der Superlative: Drehleitern und Teleskopmastbühnen auf dem Freigelände, die Rekordhöhen erreichten, oder Großbrände, die sekundenschnell gelöscht wurden, waren nur einige Highlights, die die Besucher anzogen. Auch viele Weltpremieren fanden auf der INTERSCHUTZ statt. Ergänzt wurde das Ausstellungsprogramm durch Wettbewerbe und Liveshows. Bei der Suche nach dem „Toughest Firefighter Alive“ und dem „Besten Höhenretter Deutschlands“ sprang der Funke auf die begeisterten Besucher über.



„Die INTERSCHUTZ ist eine grandiose Erfolgsgeschichte. Sie ist Feuerwehrcult!“

Hans-Peter Kröger, Präsident des Deutschen Feuerwehrverbandes e. V.

Zu jedem ihrer vier Kernbereiche bot die INTERSCHUTZ zusätzlich ein umfangreiches Vortragsprogramm. Dazu gehörte im Themenbereich Rettung das Forum Rettung & Katastrophenschutz sowie das Notfallsymposium für Fachleute aus dem Rettungsdienst, der Notfallmedizin und der Gefahrenabwehr. Der Ehrenamtskongress „Einsatzort Zukunft“ des Deutschen Feuerwehrverbandes setzte ein starkes Signal zum Erhalt des Ehrenamtes. Mit kritischen Infrastrukturen befasste sich der Branchentreffpunkt Sicherheit, an dem zahlreiche Experten teilnahmen.

LIGNA: NOCH MEHR INTERNATIONALITÄT UND INNOVATIONSKRAFT

LIGNA Innovative Technologien und Fertigungsszenarien, Großmaschinen und der Einzug von Industrie 4.0 in die Holzbearbeitungsbranche: Die LIGNA hat 2015 erneut bewiesen, dass sie das Event der Holzbe- und verarbeitenden Industrie ist. Mehr als 1.550 Aussteller präsentierten auf der weltweit wichtigsten Branchenmesse für Maschinen, Anlagen und Werkzeug ihre zukunftsweisenden Technologien. Im Mittelpunkt stand die vernetzte Fertigung für eine noch effizientere Produktion. Livevorführungen, in denen individuelle Möbelstücke unter fabrikähnlichen Bedingungen hergestellt wurden, ließen die neuen Möglichkeiten anschaulich werden. Mit mehr als 93.000 Besuchern – von denen mehr als 37.000 aus dem Ausland kamen – war die Messe 2015 so international wie noch nie. Auch der internationale Branchentreff der Primärindustrie „Wood Industry Summit“ war auf Anhieb ein Erfolg. Insgesamt baute die LIGNA ihre Position weiter aus, ab 2017 wird eine neue Struktur diesen Trend stärken.

”

„Die LIGNA hat erneut ihren Ruf als Weltleitmesse bestätigt. Die Internationalität ist einzigartig.“

Hansjörg Felder, Geschäftsführer der Felder KG, Hall/Tirol

Metropolitan Solutions: GELUNGENE PREMIERE



Mit einem einzigartigen Konzept startete 2015 die Metropolitan Solutions in Berlin und stieg auf Anhieb zur weltgrößten

Konferenzmesse auf dem Gebiet der Smart und Green Cities auf. Mehr als 4.000 internationale und kommunale Entscheider und Politiker sowie Experten aus Wissenschaft und Industrie sowie 450 hochkarätige Referenten waren zu Gast im Berliner City Cube und tauschten sich zu Ideen und Lösungen für eine nachhaltige, wettbewerbsfähige und lebenswerte Stadt aus. Die 27 unabhängig voneinander organisierten Konferenzen behandelten Themen wie eine nachhaltige Energieversorgung, zukunftsweisende Mobilität, intelligente Beleuchtungskonzepte und den vielfältigen Einsatz von Sensornetzwerken.

450
REFERENTEN

4.022
BESUCHER

27
KONFERENZEN

parts2clean: TREFFPUNKT FÜR GESCHÄFTE UND NETWORKING



Von kompletten Reinigungsanlagen und ihren Komponenten bis hin zu Mess- und Prüfverfahren: Als wichtigste Messe im Bereich der industriellen Teilereinigung bringt die parts2clean die Markt- und Technologieführer zusammen. Mehr als 230 Unternehmen aus 15 Ländern präsentierten 2015 in Stuttgart ihre Produkte und Dienstleistungen. Das umfassende und repräsentative Angebot zog knapp 4.100 Fachbesucher auf das Stuttgarter Messegelände. Ein Erfolg war 2015 auch das Forum: Referenten aus Industrie, Wissenschaft und Forschung stellten neue Entwicklungen und erfolgreiche Praxisbeispiele vor und zeigten Wege zur Prozess- sowie Kostenoptimierung und Qualitätssicherung.

233

UNTERNEHMEN
AUS 15 LÄNDERN





„Wir sind zum ersten Mal auf der Pferd&Jagd und sind total begeistert.“

Philipp Bucker,
Inhaber Bucker Trailer GmbH

Pferd&Jagd: BESUCHERREKORD



Mit einem neuen Besucherrekord festigte die Pferd&Jagd 2015 ihre Position als Europas größte Messe für Reiter, Jäger und Angler. Erstmals zählte die Veranstaltung mehr als 91.000 Gäste: 91.792 besuchten die viertägige Messe und kamen zu den Galashows „Nacht der Pferde“ und „MiMaMo“. Auch bei den Ausstellern legte die Messe um vier Prozent zu und brachte rund 850 Firmen und Verbände zusammen.

Rekordverdächtig war auch die Nachbildung des Brandenburger Tors aus 11.017 Hufeisen, die an den vier Messetagen durch die Norddeutsche Hufschmiedegemeinschaft Nordhuf zusammengeschweißt und an das Hamburger Unternehmen J. J. Darboven verkauft wurde. Der Erlös von 25.000 Euro wurde für gemeinnützige Zwecke gespendet.

PSI PROMOTION WORLD: WERBEMITTEL FÜR JEDEN GESCHMACK



Ob ausgefallen, kreativ oder klassisch: Auf der PSI PROMOTION WORLD, der Fachmesse für haptische Werbung und Multisensorik, zeigten rund 100 Aussteller ihre Erfolgsprodukte und frische Ideen aus der Welt der Werbung. Vom coolen Trolley, hergestellt aus einem Benzinanker, über hochwertig gestaltete und thematisch anpassbare „Glücksboxen“ bis hin zu den Topsellern unter den Werbeartikeln: Für jeden Geschmack war etwas dabei.

9.815 **96**
BESUCHER AUSSTELLER

2015 fand die Fachmesse zeitgleich zur CeBIT in Hannover statt und zog somit auch viele Unternehmen aus dem IT-Umfeld an. Rund 9.800 Besucher zählten die Veranstalter PSI und Deutsche Messe. Renommierte Marketingexperten brachte das marketing forum hannover zusammen: Im Fokus der Veranstaltung standen z. B. die Themen digitale Markenbildung oder Nachhaltigkeit mit dem neuen, vom PSI ausgeschriebenen „Sustainability Award“.

Zukunft Personal: INTERAKTIVE FORMATE STÄRKEN



2015 hat sich Europas größte Fachmesse für Personalmanagement erstmals ein Motto gegeben: Mit „arbeiten 4.0“ trafen die Veranstalter den Nerv der Branche, wie Umfragen unter den mehr als 15.000 Messebesuchern in Köln verdeutlichten. Das Motto zog sich wie ein roter Faden durch das Event und wurde auch von einem Großteil der rund 650 Messeaussteller aufgegriffen. Das spiegelte sich in nahezu allen Themenfeldern der Messe – von der Personalsoftware über Weiterbildung und Training bis hin zu Recruiting und Betrieblichem Gesundheitsmanagement.

Zu den Neuerungen 2015 gehörten zahlreiche interaktive Programmformate wie die Interaktionsfläche „HR & Law“ oder dem „HR Battle“. Das „Start-up Village HR“ bündelte 26 meist junge Unternehmen auf einer gemeinsamen Ausstellungsfläche – darunter auch Start-ups zu den Themen Personalentwicklung, Organisationsentwicklung und Betriebliches Gesundheitsmanagement.

651
AUSSTELLER

15.262
BESUCHER

Personal Austria

Aussteller: 109
Besucher: 1.978

Personal Hungary

Aussteller: 59
Besucher: 2.113



MESSEN A–Z: WEITERE VERANSTALTUNGEN 2015 (AUSWAHL)

Messe	Aussteller	Besucher	Fläche*
 aluexpo Aluminium Technology, Machinery and Products Trade Fair	352	10.640	20.000
 automechanika ISTANBUL International Trade Fair for Automotive Manufacturing, Distribution and Repair	1.667	46.382	120.000
 BioNord Die Messe für den Biofachhandel	400	4.000	–
 CanWEA Canada's Leading Wind Energy Conference & Exhibition	106	1.450	3.010
 CARAVAN Bremen Die Messe für Caravans, Reisemobile & Camping	57	27.406	9.937
 CeMAT INDIA International Trade Fair for Materials Handling/ IntraLogistics and Logistics at WIN INDIA	93	9.420**	4.300
 CeMAT RUSSIA International Trade Fair for Materials Handling and Logistics	198	4.368	8.600
 Chengdu Motor Show International Exhibition for Automobile and Accessories	95	653.200	150.000

Messe	Aussteller	Besucher	Fläche*
 China Commercial Vehicles Show International Exhibition for Commercial Vehicles, Parts & Accessories, Inspection & Maintenance	191	30.000	65.000
 China International Tourism Commodities Fair The Leading Trade Fair for the Tourism Commodities and Consumptions in Asia	1.026	100.000	50.000
 ClimatAquaTEx Specialized HVAC&R Exhibition	49	1.889	2.200
 ComVac ASIA International Trade Fair for Compressed Air and Vacuum Technology	153	70.239***	12.500
 Corporate Health Convention Europäische Fachmesse für betriebliche Gesundheitsförderung und Demografie	146	2.388	–
 COSMETICA Kosmetik-Fachmesse für Beauty-Profis	420	10.000	–
 Deutsche Junggeflügelschau Geflügelschau für Züchter und Kleintierhalter	25	4.316	341
 DOMOTEX Turkey Trade Fair for Carpets and Floor Coverings	198	8.734	29.000
 eroFame Internationale b2b Fachhandels-Messe für den Erotikmarkt	200	4.000	–
 ExpoDrev RUSSIA The Leading Trade Show for Siberia's Wood-Based Industries	112	2.487	6.850
 Food hospitality WORLD**** The Biggest Professional B2B Event for the Indian Subcontinent's Food, Drink and Hospitality Sectors	385	17.274	14.415
 Guangzhou International Travel Fair The International Annual Travel Fair in the Asian-Pacific Region	783	28.608	23.000

* Nettoausstellungsfläche im Inland, Bruttoausstellungsfläche im Ausland
 ** Inkl. Industrial Automation INDIA, Motion, Drive & Automation INDIA und Surface Technology INDIA
 *** Inkl. CeMAT ASIA, Industrial Supply ASIA und PTC ASIA
 **** Mumbai, Bangalore und Goa gesamt

Messe	Aussteller	Besucher	Fläche*
 ICCI International Energy and Environment Trade Fair and Conference	343	13.635	17.100
 IdeenExpo Deutschlands größtes Jugendevent für Naturwissenschaft und Technik	230	351.000	19.431
 Industrial Automation Show International Trade Fair for Production and Process Automation, Electrical Systems, Robotics, Industrial Automation IT & Software and Microsystems Technology	240	136.000**	40.000***
 Interaspa Fachmesse für Spargel, Gemüse, Beerenobst und Direktvermarktung	250	3.000	–
 INTERRADIO Der Amateurfunkfachmarkt im Norden Deutschlands	45	2.500	–
 IZH Internationale Zuchtschau für Hunde aller Rassen	60	17.000	–
 job and career for women Career Fair for Women	42	1.213	–
 LESPROM-URAL Professional Professional Exhibition for Machinery, Equipment, Technology and Tools for Timber and Woodworking Industry	84	6.100	2.000
 MERCOPAR Subcontracting and Industrial Innovation Exhibition	442	24.854	13.000
 Metal + Metallurgy China International Trade Fair for Foundry, Furnaces and Metallurgy	1.026	61.349	67.000
 Metalworking and CNC Machine Tool Show International Exhibition for Machine Tools, Sheet Metal, Pipe & Tube Production, Mould & Die Construction, Tools	469	136.000****	60.000

Messe	Aussteller	Besucher	Fläche*
 PERSONAL Nord Fachmesse für Personalmanagement	255	3.612	–
 PERSONAL Süd Fachmesse für Personalmanagement	304	4.615	–
 REAS powered by INTERSCHUTZ International Exhibition for Rescue, Fire Fighting, Fire Prevention, Disaster Relief and Security	211	22.124	36.100
 SODEX Ankara Trade Fair for Sanitary and Heating, Ventilation, Air Conditioning and Refrigeration (HVAC&R)	141	8.385	8.670
 Solar Canada Canada's Largest Solar Energy Exhibition and Conference	80	1.897	1.924
 teskon+SODEX Trade Fair for Sanitary and Heating, Ventilation, Air Conditioning and Refrigeration (HVAC&R)	103	7.535	5.000
 theMICAMshanghai theMICAM, the Leading International Footwear Fair	166	10.841	6.336
 Trau Dich! Die Trendmesse rund ums Heiraten & Feiern	100	3.000	–
 WoodMac CHINA International Forestry & Woodworking Machinery and Supplies Exhibition	260	12.865	21.000
 Wuhan Motor Show International Exhibition for Automobile and Accessories	81	500.000	140.000

* Nettoausstellungsfläche im Inland, Bruttoausstellungsfläche im Ausland

** Inkl. Energy Show und Metalworking and CNC Machine Tool Show

*** Inkl. Energy Show

**** Inkl. Industrial Automation Show und Energy Show

GREMIEN DER AKTIENGESELLSCHAFT

VORSTAND

Dr. Wolfram v. Fritsch

Hannover (Vorsitzender)
Marketing, Finanzen und Personal & Recht

Dr. Andreas Gruchow

Hannover
Auslandsgeschäft

Dr. Jochen Köckler

Hannover
Investitionsgütermessen

Oliver Frese

Hannover
CeBIT & Facility Management

Dipl.-Ök. Christine Kastning

Beigeordnete der Landeshauptstadt Hannover
Vorsitzende der SPD-Ratsfraktion

Antje Niewisch-Lennartz

Niedersächsische Justizministerin

Friedhelm Loh

Vorsitzender der Geschäftsführung der Friedhelm Loh Group, Haiger
Ehrenpräsident im ZVEI-Präsidium, Frankfurt a. M.

Prof. Dr.-Ing. Dipl.-Ing. Siegfried Russwurm

Mitglied des Vorstandes der Siemens Aktiengesellschaft,
Erlangen

Peter-Jürgen Schneider

Niedersächsischer Finanzminister

Dirk Schulze

1. Bevollmächtigter der Industriegewerkschaft Metall,
Hannover

Jens Seidel

Beigeordneter der Landeshauptstadt Hannover
Vorsitzender der CDU-Ratsfraktion

Karl-Heinz Streibich

Vorsitzender des Vorstandes der Software AG, Darmstadt
Mitglied des BITKOM-Präsidiums – Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e. V., Berlin

AUFSICHTSRAT

Olaf Lies

(Vorsitzender)
Niedersächsischer Minister für Wirtschaft,
Arbeit und Verkehr

Prof. h.c. Dieter Kempf

(stellvertr. Vorsitzender)
Vorsitzender des Vorstandes DATEV eG, Nürnberg
bis 30. 6. 2015: Präsident des BITKOM –
Bundesverband Informationswirtschaft,
Telekommunikation und neue Medien e. V., Berlin;
ab 1. 7. 2015: Hauptvorstand im BITKOM

Karsten Scheibe

(stellvertr. Vorsitzender)
Betriebsratsvorsitzender Deutsche Messe AG

Stefan Schostok

(stellvertr. Vorsitzender)
Oberbürgermeister der Landeshauptstadt Hannover

Carl-Albrecht Bartmer

Präsident der Deutschen Landwirtschafts-Gesellschaft
(DLG) e. V., Frankfurt

Susanne Geisel

Einkäuferin Deutsche Messe AG

Ulrich Grillo

Präsident des BDI – Bundesverband der Deutschen
Industrie e. V., Berlin

Christiane Grobe

Vertriebsreferentin Deutsche Messe AG

Axel Hennies

bis 27. 5. 2015: Objektbetreuer
ab 28. 5. 2015: stellvertretender Betriebsratsvorsitzender
Deutsche Messe AG

Dipl.-Ing. Martin Kapp

Geschäftsführender Gesellschafter der KAPP
GmbH & Co. KG Werkzeugmaschinenfabrik, Coburg;
bis 31.12. 2015: Vorsitzender des VDW –
Verein Deutscher Werkzeugmaschinenfabriken e. V.,
Frankfurt a. M.;
ab 1.1. 2016: Mitglied des Vorstandes VDW

Carola Rauchenwald

Sekretärin des Betriebsrates Deutsche Messe AG

Andreas Renschler

ab 1. 2. 2015: Mitglied des Konzernvorstandes der
Volkswagen AG/CEO Volkswagen Truck & Bus GmbH,
Wolfsburg

Frank Röpke

Projektreferent Deutsche Messe AG

GESELLSCHAFTER

Am Grundkapital der Gesellschaft sind durch Namensaktien beteiligt:

Hannoversche Beteiligungsgesellschaft mbH
(für das Land Niedersachsen)
Landeshauptstadt Hannover
Region Hannover
(ehemals Landkreis Hannover)

Gesamt

Anteil am Grundkapital:

50,0 %

49,871 %

0,129 %

100 %

AUF EINEN BLICK

KONZERNZAHLEN 2015

FINANZ-KENNZAHLEN (MIO. EUR)

Umsatz	329
EBITDA	42
Jahresergebnis	9
Abschreibung	24
Cashflow	43
Investitionen	26

PERSONAL-KENNZAHLEN

(Jahresdurchschnitt ohne passive Altersteilzeit)

Mitarbeiter	1.243
davon	
– in ausländischen Tochtergesellschaften	256
– in ausländischen Betriebsstätten	13
– Auszubildende	20

MESSE-KENNZAHLEN INLAND

Veranstaltungen (gesamt)	75
davon	
– Eigenveranstaltungen	21
– Gastveranstaltungen	54
Aussteller (gesamt)	26.149
Aussteller (Inland)	15.439
Aussteller (Ausland)	10.710
Besucher (gesamt)	2.130.497
Besucher (Inland)	1.933.032
Besucher (Ausland)	197.465
Ausstellungsfläche (m ² , brutto)	2.322.196
Ausstellungsfläche (m ² , netto)	1.279.835

MESSE-KENNZAHLEN AUSLAND

Veranstaltungen	59
inklusive Bundesbeteiligungen und Gemeinschaftsstände	
davon 54 Messen mit	
– Ausstellern	15.873
– Besuchern (Eigenveranstaltungen)	2.041.795
– Ausstellungsfläche (m ²)	1.439.868



Deutsche Messe

**Deutsche Messe
Messegelände
30521 Hannover
Germany**

Tel. +49 511 89-0
Fax +49 511 89-32626
info@messe.de
www.messe.de