



Deutsche Messe AG
Hannover

**Global
Fairs.**

**Global
Business.**

Internationale Messen
im 21. Jahrhundert



Globalisierung.

Business-Kommunikation in einer dynamischen Weltwirtschaft.



Der Weg zum Erfolg führt über den Dialog. Und zwar am besten auf Messen.

Die Globalisierung der Märkte schreitet immer schneller voran. Charakteristisch für diesen Prozess sind vor allem die starken Anstiege des Welthandels, der länderübergreifenden Direktinvestitionen und des internationalen Wettbewerbsdrucks. Die Teilnahme an Messen mit weltweiter Leitfunktion wird zur Pflicht für alle Unternehmen, die ihre Marktstrategien in internationalen Märkten erfolgreich umsetzen wollen.

Messen als Trendbarometer und Innovationsbörsen

Neue Produkte, Dienstleistungen und Trends verändern die Weltwirtschaft. Diese Dynamik präsentiert sich besonders eindrucksvoll auf Messen. Sie sind Trendbarometer, zeigen Innovationen und dienen als Ausgangspunkt für den Aufbruch in neue Märkte. Messen bieten Ausstellern und Besuchern aller Branchen und Länder einzigartige Foren für die Business-to-Business-Kommunikation von Mensch zu Mensch.



Messen als Instrumente der

Business-to-Business-Kommunikation

Messen sind zur Erreichung aller Absatzziele bestens geeignet. Aus Sicht der Aussteller liegen die besonderen Stärken dieser Veranstaltungen in der Steigerung der Bekanntheit des Unternehmens und seiner Produkte, der Imagepflege, der Demonstration von Marktpräsenz, der Präsentation von Innovationen sowie der Werbung von Neukunden. Aufgrund dieser Vorteile stellen zum Beispiel rund 75 % aller deutschen Unternehmen auf Messen aus.







Spitzenposition.

**Eine der weltweit führenden
Messegesellschaften.**



Kompetenter Marketingpartner für Messen, Kommunikation und Heute und morgen.

In ihrer mehr als 50-jährigen Geschichte hat sich die Deutsche Messe AG zu einer der weltweit führenden Messegesellschaften entwickelt. Gegründet im Jahre 1947 als Deutsche Messe- und Ausstellungs-AG war sie Veranstalterin der "Exportmesse 1947 Hannover" und legte damit den Grundstein für die internationale Etablierung des Messeplatzes Hannover. Seit August 1987 trägt das Unternehmen den Namen Deutsche Messe AG. Mit dem Jahr 2000 hat der Messeplatz Hannover eine neue Dimension erreicht. Hier findet die erste Weltausstellung EXPO 2000 auf deutschem Boden statt. Die Vorbereitungen hierzu haben das Messegelände in vielen Bereichen verändert. Das Ergebnis ist eines der modernsten Business-Treffpunkte der Welt, der in wegweisender Messearchitektur internationalen Ausstellern und Besuchern die Basis für intensive und effiziente Geschäftskontakte liefert.

Treffpunkt Zukunft

In Hannover werden jährlich rund 50, im Ausland 15 Messen veranstaltet. An diesen Messen nehmen pro Jahr etwa 27.000 Aussteller und 2,8 Millionen Besucher aus über 100 Ländern teil. Den Schwerpunkt der Aktivitäten bilden große internationale Investitionsgütermessen, die jeweils in ihrer Branche weltweit die Nr. 1 sind. Und zwar in den Bereichen:

- Informations- und Telekommunikationstechnik
- Maschinen- und Anlagenbau
- Elektrotechnik und Elektronik
- Fahrzeugbau
- Landtechnik

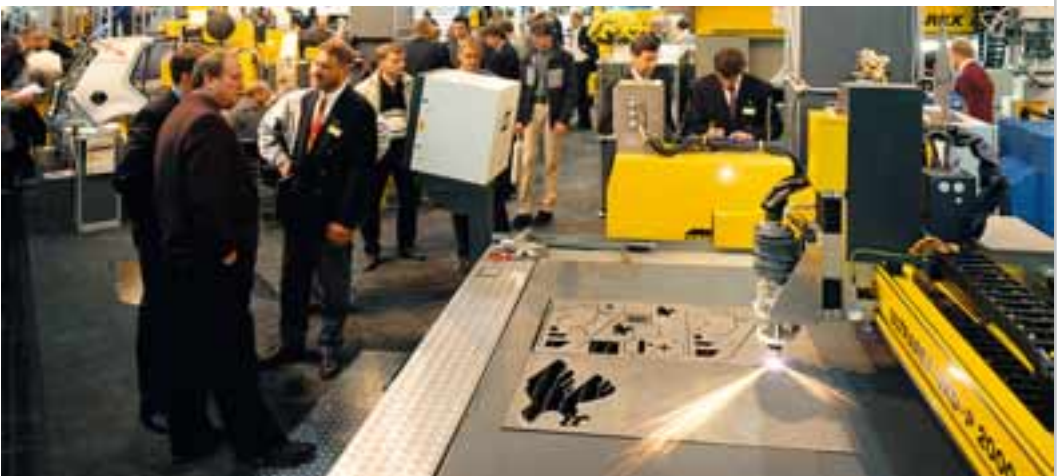
Die Internationalität der Leitmessen am Messeplatz Hannover konnte in den vergangenen Jahren erfolgreich ausgebaut werden.

Service.



Erfolgreiche Entwicklung

Gesellschafter der Deutschen Messe AG sind zu jeweils 50% das Land Niedersachsen und die Landeshauptstadt Hannover. Aufgrund der Vielzahl und der Größe der Messen erreicht die Deutsche Messe AG einen durchschnittlichen Jahresumsatz von rund 500 Millionen DM. Das Unternehmen beschäftigt 650 feste Mitarbeiter. Im Zeitraum von 1990 bis 2000 wurden über 1,5 Milliarden DM aus eigener Kraft und ohne öffentliche Zuschüsse in das Messegelände investiert.







Leitmessen.

**Basis für internationale
Marketingstrategien.**



Die internationalen Leitmessen sind optimale Orientierungspunkte Bestens geeignet für globales Denken und Handeln.

Die Teilnahme an Messen mit internationaler Leitfunktion wird zur ersten Pflicht für alle Unternehmen, die ihre Marketingstrategien in internationalen Märkten erfolgreich umsetzen wollen. Nur hier treffen ihre Produkte und Dienstleistungen im Rahmen eines umfassenden Weltmarktangebotes auf globale Nachfrage. Die Deutsche Messe AG begleitet diese Entwicklung bereits seit längerer Zeit durch den kontinuierlichen Ausbau der internationalen Aussteller- und Besucherbeteiligungen.

Forum für Leitmessen

Den Schwerpunkt der Messeaktivitäten in Hannover bilden internationale Leitmessen mit Weltgeltung. Allein fünf der zehn weltgrößten Messen finden in Hannover statt. Die hierfür benötigten Dimensionen sind an keinem anderen Ort der Welt verfügbar. In einzigartiger Weise spiegeln die großen Leitmessen die internationalen Märkte wider und zeigen aktuelle Markt- und Techniktrends auf. Die Messekonzepte werden in enger Kooperation gemeinsam mit der ausstellenden Industrie sowie den beteiligten Verbänden realisiert und optimiert.



spunkte.



Messen von Weltruf

CeBIT

World Business Fair
Office Automation • Information Technology •
Telecommunications

HANNOVER MESSE

Factory Automation • IT/Software • Motion & Drive •
Materials Handling and Logistics • SurfaceTechnology •
Factory Equipment, Compressed Air Technology • Energy •
SubconTechnology • Research & Technology

LIGNAplus Hannover

Weltmesse für Forst- und Holzwirtschaft

EMO Hannover

Welt der Metallbearbeitung

EuroBLECH

Internationale Technologiemesse für Blechbearbeitung

IAA Nutzfahrzeuge

LKW • Omnibusse • Sonderfahrzeuge • Anhänger
und Aufbauten • KFZ-Teile und -zubehör • Transport-
logistik • Systeme für den kombinierten Verkehr

INTERSCHUTZ – Der Rote Hahn

Internationale Messe für Brandschutz, Katastrophen-
schutz, Rettungsdienst

DOMOTEX

Weltmesse für Teppiche und Bodenbeläge

BIOTECHNICA

Internationale Fachmesse für Biotechnologie

IKK

Internationale Fachmesse Kälte – Klimatechnik

AGRITECHNICA

Internationale DLG-Fachausstellung für
Landtechnik

EuroTier

Internationale DLG-Fachausstellung für
Tierproduktion und Management





Auslandsmessen.
Brückenschlag in
Wachstumsmärkte.



Erfolgreiche Messekonzepte sind starke Pfeiler für das Auslandsge- Fundierte und konzentriert.

Messe-Know-how aus Hannover kennt keine Grenzen. Mit den Auslandsmesse-Aktivitäten bietet die Deutsche Messe AG den traditionellen Ausstellerbranchen des Messeplatzes Hannover vielfältige Möglichkeiten, um in ausgewählten Wachstumsmärkten gezielt Geschäfte zu machen.



Weltweite Messeplattformen

Die Auslandsmessearbeit konzentriert sich auf Zielmärkte, deren Wirtschaftspotenzial für den Absatz von Investitionsgütern besonders interessant ist: China, Südostasien, Australien, Türkei, USA und Brasilien.

In diesen Zielmärkten veranstaltet die Deutsche Messe AG primär Auslandsmessen für Branchen, die auch am Messeplatz Hannover vertreten sind: Informations- und Telekommunikationstechnik, Maschinen- und Anlagenbau, Elektrotechnik und Elektronik, Umweltschutz, Fahrzeugbau und Landtechnik. Damit ist gewährleistet, dass die Messe- und Kommunikationdienstleistungen stets kompetent und bedarfsgerecht sind.

schäft.

Joint Venture Shanghai

Ein weiteres zukunftsweisendes Highlight der Auslandsmesseaktivitäten der Deutschen Messe AG ist die Entwicklung eines neuen Messegeländes in Pudong, einer Sonderwirtschaftszone in Shanghai. Gemeinsam mit den Messegesellschaften Düsseldorf und München entsteht hier ein Komplex von zunächst vier Ausstellungshallen mit einer Gesamtbruttofläche von 35.000 m² sowie 10.000 m² Freigelände. Dieses Messegelände kann auf 100.000 m² Hallenfläche ausgeweitet werden. Die Deutsche Messe AG veranstaltet ihre erste Messe in Shanghai in der zweiten Hälfte des Jahres 2001.

Auslandsmessen in Wachstumsmärkten

Australien

NOW 2000 (Informations- und Telekommunikationstechnik)

Brasilien

FEINDAL (Industrielle Integration)
CONAF/FENAF (Gusstechnik)
FEMADE (Holzbearbeitungsmaschinen)
XII WORLD MEAT CONGRESS (Fleischwaren)
MERCOPAR (Industrielle Integration)
SWEET BRAZIL (Süßwaren)

Volksrepublik China

MEDITECH CHINA/CHINA DENTAL (Medizinwesen)
ITEP CHINA (Umweltschutz)
METAL WORKING CHINA (Metallverarbeitung)
PTC CHINA (Maschinenbau)
CeBIT ASIA (Informations- und Telekommunikationstechnik)
CeMAT CHINA (Materialflusstechnik und Logistik)

Singapur

LUMINAIRE ASIA (Lichttechnik)
INSTECH ASIA (Gebäudetechnik)

Thailand

ASIA AUTOMOTIVE (Automobiltechnik)
MEDITECH ASIA/ASIA DENTAL (Medizinwesen)

Türkei

AEF SATELLITE · AEF CABLE SATELLITE BROADCAST (Kabel- und Satellitenübertragungstechnik)
AEF WELDING (Schweiß- und Schneidetechnik)
AEF INDUSTRY (Maschinenbau)
AEF AUTOMOTIVE (Automobiltechnik)
CeBIT BILISIM (Informations- und Telekommunikationstechnik)
ISK – SODEX (Sanitär-, Kälte- und Klimatechnik)
BEAUTY TURKEY (Kosmetik)

USA

IFPE 2000 (Maschinenbau)







Publikumsausstellungen.

Regionale Highlights,
die Menschen bewegen.



Die Fach- und Verbraucherausstellungen präsentieren Themen für die Menschen der Region. Lebendig und individuell.

Ein wichtiger Beitrag zum Erfolg des Messeplatzes Hannover und der Diversifikation des Messeprogramms sind die hier durchgeführten regionalen Fach- und Verbraucherausstellungen. Optimal auf die Bedürfnisse spezieller Besucherzielgruppen zugeschnittene Ausstellungsangebote bilden die Basis der zahlreichen Fachausstellungen. Die Verbraucherausstellungen bieten wiederum ein interessantes und äußerst beliebtes Ausstellungsprogramm für die Bevölkerung der Region.



Populäre Highlights

Die Verbraucherausstellungen haben sich als kostengünstige, hochwirksame Marketinginstrumente für die Konsumgüterindustrie, Dienstleistungswirtschaft und den Handel bestens bewährt. Sie bieten den Konsumenten ein breites, nach Branchen gegliedertes Angebotsspektrum u.a. in den Bereichen Bauen & Wohnen, Nahrungs- und Genussmittel, Mode, Automobile und Motorräder, Caravan und Camping, Touristik, Pferdesport und Jagd.



Events für Experten und Enthusiasten

Kleine, hochkarätige Veranstaltungen mit präziser Zielgruppenansprache runden die Messeaktivitäten der Deutschen Messe AG ab. Von der Altenpflege und häuslichen Pflege über die Zahnarztpraxis plus Labor, das Bäcker- und Konditorenhandwerk bis zu Kunst und Antiquitäten – hier ist Vielfalt Programm.

Regionale Veranstaltungen

Fachausstellungen:

Altenpflege

Fachmesse mit Kongress • Produkte und Dienstleistungen für die Altenhilfe

dental informa

Fachausstellung für Zahnarztpraxis & Labor

Nordback

Fachmesse für das Bäcker- und Konditorenhandwerk

NOFFA

Norddeutsche Fleischer-Fachausstellung

DirektMarkt

Fachmesse für Landwirtschaftliche Direktvermarkter

CDH Einkaufstage Niedersachsen

Landesfachgemeinschaft Glas, Porzellan, Keramik und Kunstgewerbe

Herrenhausen

Kunst- und Antiquitätenmesse

Verbraucherausstellungen:

Infa

Informations- und Verkaufsausstellung

ABF

Ausstellung für Auto, Boot, Freizeit

Pferd & Jagd

Ausstellung für Pferdesport, Jagd, Angeln und Natur

Deutsche Junggeflügelschau

IZH

Zuchtschau für Hunde aller Rassen

Technorama Hannover

Ausstellung für Sammler-Fahrzeuge (Oldtimer) und Teilemarkt



Internet.

**Kommunikation rund um
das Messengeschehen.**

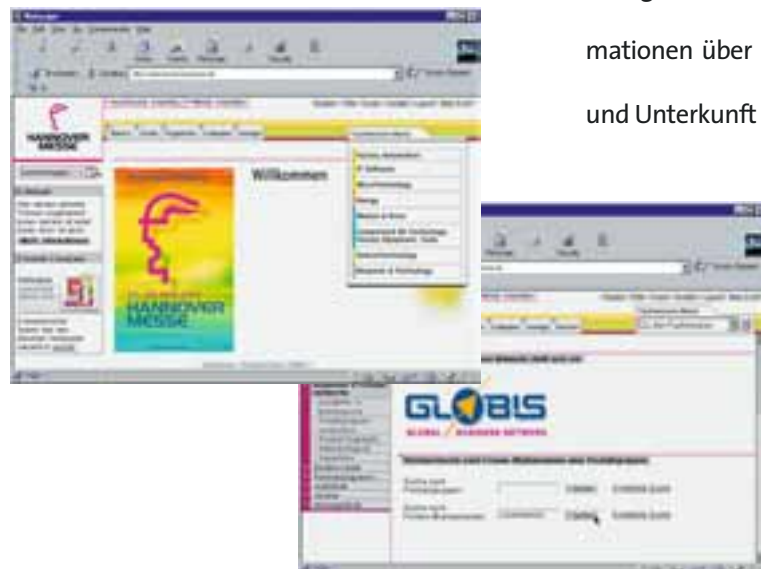
Messen und elektronische Medien ergänzen sich ideal. Mit umfassender Präsenz und höchster Aktualität.

Die Deutsche Messe AG nutzt neue Medien als Informations- und Serviceinstrumente bereits seit 1974. Damals wurde das weltweit erste Elektronische Besucherinformationssystem (EBi) in Betrieb genommen. Der Startschuss für die Präsenz der Deutschen Messe AG im Internet fiel 1995. Für die Zukunft geht es bei den elektronischen Angeboten rund um die Messen jedoch nicht allein um verbesserte Informations- und Serviceleistungen, sondern darum, in der Kommunikations-Wertschöpfungskette vor, während und nach Messen neue ergänzende Bereiche zu erschließen. Dabei spielt das Internet eine wesentliche Rolle.

Komplette Internet-Präsentationen der Messen

Ergänzend zu den realen Messen präsentiert die Deutsche Messe AG ihre Messen auch virtuell im Internet. Weltweit, ganzjährig und 24 Stunden am Tag. Mehr als 18 Millionen Page Impressions jährlich – vor allem bei der Aussteller- und Produktsuche – unterstreichen das große internationale Interesse an diesem elektronischen Marktplatz.

Bereits im Vorfeld der Messen sorgt die umfassende Datenbank der Deutschen Messe AG dafür, dass Besucher und Aussteller einfach und schneller zu einander finden. Mit wenigen Klicks stehen alle aktuellen Informationen über Firmen, Tagungen, Anreise und Unterkunft zur Verfügung.



Internet nutzen,

Service verbessern

Der Verkauf von Serviceprodukten wie z.B. Eintrittskarten, Messekataloge oder CD-ROMs an Besucher erfolgt seit 1998 auch online über das Internet.

Den Ausstellern bietet die Deutsche Messe AG die Möglichkeit, im Internetangebot ihr Unternehmen, ihre Produkte und ihre Messe-Highlights umfassend vorzustellen. Ob Firmenprofile, Einträge in Produktgruppen, Markennamen oder Informationen für die Presse – es bleiben keine



Wünsche offen. Die Internet-Datenbank der Deutschen Messe AG – GLOBIS – hat sich mittlerweile zu einem einzigartigen Nachschlagewerk mit rund 20.000 Unternehmensdatensätzen und etwa 40.000 Produkteinträgen entwickelt.

Die Deutsche Messe AG bietet ihren Ausstellern ab 2001 zudem die Bestellung von Serviceleistungen für die Messeabwicklung via Internet – zusätzlich zum Serviceangebot in Papierform.





Smart Devices for

10

Messaging Services - Information Systems
Messaging Services - The Informed Empowerment of Any User

12

17

21

Hicom 300 E

Kommuni unterneh
Communi Corporate

Communication Systems



Full-Service.

Rundum-Betreuung vor,
während und nach der Messe.



Der Service lässt keine Wünsche offen. Individualität par excellence.

Die Deutsche Messe AG bietet neben der internationalen Messekompetenz und den einzigartigen Ausstellungskapazitäten ausgezeichnete Servicequalitäten.

Umfassender Aussteller-Service

Aussteller haben vor, während und nach den Messen alle Hände voll zu tun, diese Veranstaltungen so erfolgreich wie möglich zu nutzen. Damit sie das Optimale aus ihren Messeteilnahmen machen, bietet die Deutsche Messe AG zur individuellen Unterstützung vier umfangreiche Dienstleistungspakete an: Marketing-, Katalog- und Internet-, Presse- sowie Technik- und Logistik-Service. Alle Angebote präsentieren vielfältige und zumeist kostenlose Möglichkeiten der Hilfestellung.

So können sich die Aussteller auf das Wichtigste konzentrieren: ihre Besucher.



Incoming-Service

Die Deutsche Messe AG sorgt in Zusammenarbeit mit Reiseveranstaltern, Verkehrsträgern und Hoteliers dafür, dass Anreise und Aufenthalt in Hannover so angenehm wie möglich werden. Ob bei Vorreservierungen, pauschalen Package-Angeboten, Gruppen-Arrangements, Sonderflügen oder Delegationsbetreuungen: Mit dem individuellen Incoming-Service ist der Messeplatz Hannover für Aussteller wie Besucher stets leicht zu erreichen.

Tagungs- und Veranstaltungs-Service

Erstklassige Bedingungen für Kongresse und Tagungen, Firmenveranstaltungen, Empfänge und Pressekonferenzen bietet das Tagungs-Centrum Messe (TCM).

Dieser Gebäudekomplex umfasst 35 Räume und Säle mit einer Kapazität zwischen 15 und 1.500 Personen. Alle Räume haben Tageslicht und verfügen über modernste Präsentationstechnik.







Messearchitektur.

**Ästhetik genießen,
Funktionalität erleben.**



Ein einzigartiges Messegelände. Groß, attraktiv und sympathisch.

Das Messegelände Hannover bietet mit einer Kapazität von über 1 Million m² und einer Hallenfläche von mehr als 460.000 m² einen Maßstab für jede Art von Messe. Die 26 Hallen sowie das großzügige Freigelände können auf alle nur erdenklichen Ausstellungsbedürfnisse individuell zugeschnitten werden. Aussteller finden hier auf dem größten Messegelände der Welt optimale Voraussetzungen, ihre Exponate zu präsentieren. Vielfach ausgezeichnete Messearchitektur macht Form und Funktion zum faszinierenden Erlebnis.

Freiraum für Ideen und Präsentationen

Nirgendwo sonst auf der Welt ist so viel Raum zur Präsentation unterschiedlichster Güter und Dienstleistungen an einem Ort vorhanden. Großzügige, ebenerdige Hallen – viele davon freitragend –, problemlose Versorgung mit allen Energiearten, modernste Computer- und Telekommunikationsnetze sowie eine hohe Bodenbelastbarkeit erfüllen jeden auch noch so hohen Anspruch.





Funktion und Ästhetik

Durch die umfangreichen Bauaktivitäten, die im Hinblick auf die Weltausstellung EXPO 2000 durchgeführt wurden, ist ein einmalig modern-funktionales und architektonisch ambitioniertes Messengelände entstanden. Die neu errichteten Hallen strahlen in ihrer markanten Architektur ein offenes, erlebnisorientiertes und urbanes Flair aus.

Die Erfüllung höchster funktionaler Ansprüche ist selbstverständlich. Einladende Eingangszonen sowie gläserne Passagen und Galerien als witterungsunabhängige Besucherwege zwischen den Hallen unterstreichen ebenso die sympathische Atmosphäre wie die großzügige Erweiterung der Grünzonen – Oasen der Ruhe im Zentrum des Geschehens.





Hannover.

**Die EXPO- und
Messestadt.**



Hannover hat besonderes Flair. Man kommt als Fremder und geht als Freund.

Hannover präsentiert sich als Ort weltoffener Gastlichkeit mit vielfältigen Facetten. Wie jeder Hannoveraner genießen die Messebesucher urbane Lebensqualität und ein reichhaltiges Angebot an Kultur und Unterhaltung. Ob mit dem Auto, mit der Bahn oder mit dem Flugzeug – die Anreise nach Hannover ist stets unproblematisch.

Weltoffen aus Tradition

Hannover hat nicht nur in Sachen Messe, sondern auch für die Muße eine Menge zu bieten. In der Stadt der Welfen, einem der ältesten Fürstengeschlechter Europas, hat Weltoffenheit Tradition. Heute ist Hannover vor allem durch international bedeutende Unternehmen sowie namhafte Einrichtungen der Forschung, Wissenschaft und Medizin in aller Welt bekannt. Als Drehkreuz des Nordens bietet es Shopping und Kultur der besonderen Art.





Hotels jeder Kategorie

Mit einem überaus vielfältigen Hotelangebot wird Hannover jedem Anspruch gerecht. Allein im Radius von 15 km stehen mehr als 13.000 Betten zur Verfügung. Im Umkreis von bis zu einer Stunde Fahrzeit können Besucher wie Aussteller aus einem Angebot von etwa 1.000 Hotels und 62.000 Betten wählen. Es handelt sich dabei stets um Häuser gehobenen Standards mit verkehrsgünstiger Anbindung.

In der Mitte Europas

Durch die Wiedervereinigung Deutschlands und die Veränderungen in Osteuropa ist der Messeplatz Hannover in das Zentrum Europas gerückt. Der unmittelbare Einzugsbereich Hannovers reicht bis in die Grenzgebiete der Niederlande, Dänemarks, Polens und Tschechiens. So leben in einem Umkreis von 350 km über 72 Millionen Menschen.

Das Besucherpotenzial aus dem Inland wird ergänzt durch das stetig wachsende Besucheraufkommen aus Europa und Übersee.



Deutsche Messe AG
Hannover

Deutsche Messe AG
Messegelände
D-30521 Hannover
Telefon +49-511/89-0
Telefax +49-511/89-326 26
www.messe.de
info@messe.de