

Leipziger Messe Unternehmensgruppe übertrifft Vorjahresergebnis



Leipzig. Nach Angaben der Leipziger Messe Unternehmensgruppe setzt sie ihre positive Entwicklung fort: Mit einem Umsatz von 89,2 Millionen Euro übertrifft sie das Planziel und liegt über dem Ergebnis des Vorjahres (2017: 87,1 Mio. Euro). Zu insgesamt 263 Veranstaltungen, davon 23 eigene Messen, 175 Kongresse und Veranstaltungen im Congress Center Leipzig (CCL) und in der KONGRESSHALLE am Zoo Leipzig sowie 65 Gastveranstaltungen und Events, begrüßte sie 15.214 Aussteller und über 1,2 Millionen Besucher in Leipzig und an anderen nationalen und internationalen Standorten.

„Die Unternehmensgruppe entwickelt sich weiter sehr gut. Dass wir in einer dynamischen Branche mit unseren Kompetenzen und Services auf dem richtigen Weg sind, unterstreichen mehrere Auszeichnungen und Rankings. Voran steht natürlich der inzwischen fünfte Titel in Folge als ‚Service-Champion‘ unter den deutschen Messen“, hält Geschäftsführer Martin Buhl-Wagner fest. Geschäftsführerkollege Markus Geisenberger ergänzt: „Wir haben die Zukunft fest im Visier. Auf einer Strategie aufbauend gehören dazu zahlreiche Maßnahmen in den Bereichen Innovationsmanagement und Digitalisierung. Deshalb freuen wir uns auch über gute Ergebnisse in den entsprechenden Rankings. Die Leipziger Messe belegte innerhalb der deutschen Messebranche jeweils vordere Plätze, ebenso wie im nationalen B2B Social Media Report.“

Weil Erfolg verbindet

Unter dem Claim „Weil Erfolg verbindet“ wird seit Beginn des Jahres die neue Dachmarkenstrategie sichtbar. Buhl-Wagner: „Basis für den Erfolg sind die Beziehungen zu unseren Kunden und Partnern. Genau deshalb rückt der Claim in den Mittelpunkt, was unser tägliches Handeln bestimmt.“ Das neue Erscheinungsbild beinhaltet eine Markenhierarchie, die erstmals konsequent die Beziehungen der Dachmarke zu den Messen, Tochtergesellschaften, Locations, Standorten und Partnern visualisiert. Die als erste nach Green Globe zertifizierte deutsche Messe setzt ab sofort auch auf nachhaltig produzierte Werbemittel. „Unsere Give-aways reihen sich in unsere Nachhaltigkeitsstrategie ein. Mit der Kennzeichnung #nachhaltig machen wir dieses Engagement für die Besucher sichtbar“, erklärt

Geisenberger.

Rückblick: Das erste Messehalbjahr 2019

Die PARTNER PFERD bot zum Auftakt mit der um die Glashalle erweiterten Ausstellungsfläche den perfekten Mix aus Expo, Show und Sport und verzeichnete einmal mehr einen Besucherrekord. Das Flaggschiff der Industriemessen, das Doppel Intec und Z, schloss an den Erfolg der Vorveranstaltungen an: 1.324 Aussteller aus 31 Ländern präsentierten sich auf einer gewachsenen Fläche von über 70.000 Quadratmetern. Die DreamHack Leipzig legte wieder zu und knackte die 20.000-Besuchermarke. Dazu kam weltweit ein Millionenpublikum, dass die verschiedenen Events online verfolgte. Mit der Erlebniswelt „Faszination Vietnam“ und den Schwerpunktthemen „Grünes Wohnen“ und „Modernes Bauen“ war das Messedoppel aus HAUS-GARTEN-FREIZEIT und mitteldeutscher handwerksmesse ein Magnet, der von Beach&Boat um die Bandbreite des Wassersports ergänzt wurde. Zum zehnten Mal setzte die therapie Leipzig ihre Erfolgsgeschichte fort und freute sich über ein Aussteller-, Besucher- und Flächenwachstum. Einen Rekord verzeichneten auch die stimmungsvolle und politische Leipziger Buchmesse mit Leipzig liest und der Manga-Comic-Con: 286.000 Besuchern ließen sich von über 2.500 Ausstellern aus 46 Ländern, mit einem großartigen Gastgeberland Tschechien an der Spitze, begeistern. Die Gefahrgut & Gefahrstoff legte insbesondere in der Internationalisierung zu. Die BGMpro, die im November 2018 ihre Premiere in Leipzig erlebte, fand gemäß ihres Konzeptes am 6./7. Mai erstmals in Köln statt. Mit 449 Ausstellern und Unternehmen aus 22 Ländern sowie einem gewachsenen Auslandsanteil präsentierte sich die CosmeticBusiness in München. Die med.Logistica bestätigte ihre Rolle als führende Veranstaltung im Bereich Krankenhauslogistik im deutschsprachigen Raum.

Ausblick: Messen im zweiten Halbjahr

Zu Beginn des zweiten Halbjahres steht ein besonderes Highlight im Kalender: Das International Symposium on Ruminant Physiology (ISRPA). Die bedeutendste internationale Konferenz zur Wiederkäuerphysiologie findet alle fünf Jahre an weltweit wechselnden Standorten statt und macht vom 3. bis 6. September Halt in Leipzig. Am 6. und 7. September geht die therapie erneut auf Reisen: Die therapie on tour BOCHUM verspricht ein buntes und vielfältiges Fortbildungsprogramm mit erweitertem Angebot. Sie erhält als neue „Schwester“ die therapie Hamburg, die Leipziger Messe und Hamburg Messe und Congress am 25. und 26. Oktober als Fachmesse mit Kongress für die Themen Therapie und medizinische Rehabilitation im norddeutschen Raum an den Start bringen. Im Rahmen der Herbst-CADEAUX vom 7. bis 9. September wird neu ein „E-Commerce Campus“ in Zusammenarbeit mit der Händlerbund Management AG (Leipzig) eingerichtet. Die parallel stattfindende Fachmesse für Produktindividualisierung unique 4+1 findet erstmals im Herbst statt. Neu auf der Veranstaltung ist der Bereich „Fokus Fotografie“. Die efa möchte mit dem Untertitel „Fachmesse für Elektro-, Gebäude-, Licht- und Energietechnik“ vom 18. bis 20. September ihre Themen noch deutlicher in den Fokus rücken. Am 25. und 26. September wird die CosmeticBusiness Poland wieder die Kosmetik-Zulieferbranche im osteuropäischen Raum abbilden. Die modell-hobby-spiel wartet vom 3. bis 6. Oktober mit dem neuen

Themenbereich „Funsport Park“ auf und erweitert damit die „klassischen“ Themen um Hobbys aus dem Bereich Funsport. Damit sollen vor allem jüngere Zielgruppen angesprochen und für die Messe begeistert werden. Die Designers' Open gehen vom 25. bis 27. Oktober mit dem Schwerpunkt „DO! FUTURE MATTERS – Neue Materialien für unsere Zukunft“ an den Start. Dazu stellen sie in einer Ausstellung sowie mit verschiedenen Vorträgen nachhaltige Materialien vor, die unsere Gesellschaft verändern könnten. Premiere feiert die musicpark vom 1. bis 3. November. Die Vorzeichen stehen gut für die Veranstaltung, deren zentrales Element die Bühnen, Sweat-Blood-Tears-Boxen und Mitmachaktionen sind.

Unternehmenstöchter: Am Standort und rund um den Globus erfolgreich

Das Geschäft im Congress Center Leipzig und in der KONGRESSHALLE am Zoo Leipzig war im ersten Halbjahr von vielen Höhepunkten geprägt. Die Tagungen bündeln zunehmend die Kompetenzen des Standortes Leipzig, fungieren als Impulsgeber und spiegeln Trends der Branche. Ein abwechslungsreiches Tagungsprogramm verspricht auch das zweite Halbjahr, zum Beispiel mit dem Louis Braille Festival, dem deutschlandweit größten Festival der Blinden- und Sehbehinderten-Selbsthilfe. Die fairgourmet blickt auf ein ereignisreiches erstes Halbjahr mit einem dicht gefüllten Kalender zurück. Das hohe Pensum an Aufträgen zeigt zugleich, wie wichtig erfahrenes und qualifiziertes Personal für überzeugende Leistungen und zufriedene Auftraggeber ist. Mit Blick auf den eigenen Branchennachwuchs hat fairgourmet die Idee der azubi akademie leipzig weiterentwickelt. Mit individuellen Markenpräsentationen überzeugt FAIRNET Neu- und Stammkunden auf nationalen und internationalen Messeplätzen. Zuverlässigen Rundum-Service bieten die Spezialisten auch den Fach- und Publikumsmessen sowie Gastveranstaltungen auf der Leipziger Messe und Tagungen im CCL. Das zweite Halbjahr beginnt für FAIRNET mit der zweiten Auflage der LEIPZIGER MARKT MUSIK. Etablierte Gastmessen und Events sowie mehrere Premieren haben im ersten Halbjahr zu einer stabilen Entwicklung der Leipziger Messe Gastveranstaltungen beigetragen. Mit unterschiedlichsten Veranstaltungsformaten geht es auch im zweiten Halbjahr weiter und das Messegelände wird dabei seine Wandlungsfähigkeit unter Beweis stellen. Eine gestiegene Zahl von Auftritten „Made in Germany“ und gefragten Branchentreffen auf ausländischen Messeplätzen verzeichnet die Leipziger Messe International (LMI). Turnusgemäß veranstaltet sie in diesem Jahr mehrere Fachmessen rund um den Globus und plant insgesamt 36 geplante Bundes- sowie 13 Länderbeteiligungen auf ausländischen Messeplätzen und damit erneut mehr als im Vorjahr. Die MaxicoM Euro-Asia Business Center Leipzig folgt der positiven Marktentwicklung des Leipziger Büromarktes und erzielt erstmals seit Gründung eine 100 prozentige Auslastung des Gebäudes.

Foto: Messe Leipzig