

LEIPZIGER.MESSE

magazin

www.leipziger-messe.de



2013

SEITE **06**
MESSEN
LITERATUR ALS EVENT

SEITE **14**
INFRASTRUKTUR
STANDLEITUNG
IN DIE ZUKUNFT

SEITE **15**
KONGRESSE
KONFERENZ IM OP-SAAL

SEITE **16**
EVENTS
DIE KUNST, BLEIBENDE
EINDRÜCKE ZU SCHAFFEN

SEITE **18**
LEIPZIG WELTWEIT
DIE WEGBEREITER

SEITE **20**
NETZWERKE
SERVICE TO GO

SEITE **08**

TITELTHEMA

DIE WELT ZU GAST IN LEIPZIG

Gastlichkeit ist ein Markenzeichen
der Messestadt. Herzlich willkommen
zu den WorldSkills 2013!





08

06

LITERATUR ALS EVENT

Zur Leipziger Buchmesse gehen Autoren und Verlage mit Lesern auf Tuchfühlung. Die Kombination aus Messe und Lesefest „Leipzig liest“ ist beispiellos.

» MESSEN IN LEIPZIG

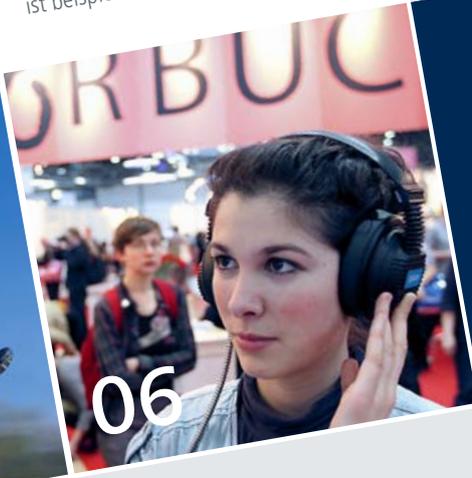


04

04

MODERNE ZEITEN

Gesundheitsbranche im Wandel



06

07

SCHWERE TECHNIK

Wenn Riesen reisen

12

IM TREND: DESIGNERS' OPEN

Das Festival der innovativen Ideen

08

TITEL: DIE WELT ZU GAST IN LEIPZIG

Gastlichkeit ist ein Markenzeichen der Messestadt.
Herzlich willkommen zu den WorldSkills 2013!

12

INNOVATIONSKRAFT SCHAFFT ZUKUNFT

Interview mit Markus Geisenberger

» KONGRESSE IN LEIPZIG

13

GLANZSTÜCK AUFPOLIERT

Kongreßhalle am Zoo erweitert Leipzigs Tagungskapazitäten

14

STANDLEITUNG IN DIE ZUKUNFT

Die Leipziger Messe verfügt über eine hochmoderne IT-Infrastruktur. Auch Hightech-Veranstaltungen nutzen das Gelände: 2013 kommt Europas wichtigster Supercomputing-Kongress nach Leipzig.

15

KONFERENZ IM OP-SAAL

4.000 Zuschauer am OP-Tisch – das Congress Center Leipzig (CCL) vernetzt Kongressraum und „die Welt da draußen“

18

DIE WEGBEREITER

Lohnt sich eine Messe im Ausland?
Die Frage ist nicht ob, sondern wie!
Die Leipziger Messe International
(LMI) baut Brücken für Unternehmen,
die neue Märkte suchen.

19

RUSSISCHE PERSPEKTIVEN

Die Messe denkmal findet alle zwei
Jahre in Leipzig statt – und in den
Zwischenjahren in Moskau. Das
Moskauer Institut zur Restaurierung
von Bau- und Kulturdenkmälern
„SpezProjektRestavrazija“ stellt auf
beiden Messen aus.

22

EINLADENDES LEIPZIG

Es gibt viele Gründe, um die
Messestadt 2013 zu besuchen.
Drei davon sind hier aufgeführt.

» LEIPZIGER NETZWERK

» EVENTS IN LEIPZIG



16

16

DIE KUNST, BLEIBENDE EINDRÜCKE ZU SCHAFFEN

Nüchtern war gestern. Neue Sach-
lichkeit paart sich mit Opulenz. Je
nach Intention und Zielgruppe treten
Information oder Emotion in den
Vordergrund.



18

» LEIPZIG WELTWEIT



20

20

SERVICE TO GO

Die Leipziger Messe ist da, wo ihre
Kunden sind – nicht nur in Leipzig.

20

KLEINER FUSSABDRUCK

Kongresse werden grün



22

» ZU GAST IN LEIPZIG

LEIPZIGER.MESSE

magazin

Ausgabe 2013

Im Fokus



LIEBE LESERINNEN UND LESER,

was zeichnet die Leipziger Messe aus?

Wir sind der führende integrierte Messeveranstalter Deutschlands. Das bedeutet: Kein anderer Messeplatz und kein anderes Veranstaltungszentrum bietet solch einen dichten Service für Messen, Kongresse und Events. Profitieren sollen Sie davon – die Veranstalter und Aussteller, unsere Kunden.

Zur Unternehmensgruppe Leipziger Messe gehören neben dem Mutterhaus das Congress Center Leipzig (CCL) und fünf Tochterfirmen. Jeder einzeln und alle zusammen schnüren genau das Servicepaket, das für Ihre Veranstaltung, Ihren Messestand oder Ihre Präsentation gebraucht wird. Das gilt für Leipzig wie für jeden anderen Messeplatz weltweit. Vergessen Sie den Stress, mit vielen verschiedenen Projektpartnern verhandeln zu müssen wegen der Konzeption, dem Projektmanagement, dem Standbau, der Eventorganisation, dem Catering – das machen alles wir. Sie beschreiben uns die Ziele Ihrer Veranstaltung oder Ihres Messestandes. Wir hören Ihnen zu und unterbreiten ein individuelles Angebot inklusive aller Leistungen – schnell und kompetent. Wir haben die Erfahrung eines der ältesten Messeplätze der Welt. Und wir sind die innovativste deutsche Messe mit den meisten Neuentwicklungen und vielen Auszeichnungen in den letzten 20 Jahren.

Das ist integrierte Messedienstleistung: Sie haben ein komplexes Ziel. Wir bieten eine einfache Lösung.

Ihr


Martin Buhl-Wagner

Sprecher der Geschäftsführung



Markus Geisenberger

Geschäftsführer

Moderne Zeiten

Gesundheitsbranche im Wandel

Demografische Veränderungen, bewegte Märkte und neue Zielgruppen fördern die fachübergreifende Zusammenarbeit und Markenbildung. Ergebnis: fokussierte Produktbotschaften und immer ausgefeiltere Präsentationen.

„Interdisziplinäre und interprofessionelle Vernetzung sind die entscheidenden Herausforderungen im Gesundheitssektor“, beobachtet Ronald Beyer, Projektdirektor der Weltleitmesse OTWorld – ORTHOPÄDIE + REHA-TECHNIK, therapie Leipzig und med.Logistica. Wo in der Vergangenheit Einzeldisziplinen und Berufsgruppen eher nebeneinander agierten, sei Kooperation auf dem Vormarsch. Zum Beispiel war die therapie Leipzig früher auf Physio- und Ergotherapeuten ausgerichtet. Inzwischen sei sie zu einer Fachmesse für alle an der Prävention und medizinischen Rehabilitation beteiligten wichtigen Player gewachsen, so Ronald Beyer. „Die erweiterte Bandbreite reicht von Ärzten und Sporttherapeuten über das Management in den Einrichtungen bis zu Kostenträgern wie Krankenkassen und Politik.“

HAUPTSACHE MENSCH

Traditionell stehen der Mensch und der Erhalt seiner optimalen Lebensqualität im Mittelpunkt des Gesundheitswesens. Doch in Zeiten des demografischen Wandels und des rasanten medizinischen Fortschritts rücke die Effizienz zunehmend in den Fokus, erklärt Projektdirektor Beyer. „Das verlangt ganzheitliches Herangehen und umfassendes Prozessverständnis.“ Die Notwendigkeit des übergreifenden Austausches wachse zwangsläufig. „Ein Ausdruck dessen sind die Fach- und Fortbildungsveranstaltungen, die fast jede Medizinmesse begleiten. Parallel dazu steigt der Bedarf an Kongressen, die Best-Practice-Beispiele diskutieren. Dazu gehört die med.Logistica, die auf Krankenhauslogistik spezialisiert ist“, so Beyer. Die med.Logistica habe sich der Optimierung komplexer Abläufe im Krankenhaus



Lebensqualität durch Fitness –
regelmäßiges Training
als effektive
Gesundheitsvorsorge.

verschrieben. Einbezogen seien zahlreiche Akteure – von den Vorständen und Geschäftsführern der Krankenhäuser über Logistiker, Einkäufer, Techniker bis zu Apothekern, Medizinerinnen und Pflegekräften. „Im Zusammenhang mit Effizienzsteigerung und Interdisziplinarität sehen wir Chancen für die Etablierung neuer Veranstaltungskonzepte, die genau auf diese Anforderungen zugeschnitten sind.“

MIT SPITZENSport INS RAMPENLICHT

Die Kommunikation im Gesundheitsmarkt wird spürbar intensiver, zeitgemäßer und genauer. „Der aktuelle Lebensstil, der Wunsch nach Fitness bis ins hohe Alter beeinflussen auch die Präsentationsstrategien der Anbieter und Hersteller“, berichtet der Projektdirektor. Zum Beispiel arbeiten viele Unternehmen mit Sportlern als Sympathieträger. Die Athleten lenken die öffentliche Aufmerksamkeit auf Produkte, die bislang eher in Fachkreisen bekannt waren, orthopädische Hilfsmittel zum Beispiel. „Die Firmen haben erkannt, dass Aufklärung und positives Image die stärksten Verkaufsargumente sind, begleitet von modernem Design.“ Der Trend gehe zu höherer Professionalität in der Außendarstellung. Besonders deutlich werde dies auf der Weltleitmesse OTWorld – ORTHOPÄDIE + REHA-TECHNIK. Mit ihren individuellen, sehr aufwendigen Ständen sei sie zur Hightech-Ausstellung geworden: „Topzeugnisse der Orthetik oder Prothetik werden in Live-Demonstrationen und temperamentvollen Shows hochprofessionell in Szene gesetzt.“ Vom neuen Selbstbewusstsein zeugten frische Farben und Formen, die plötzlich im Gesundheitsbereich en vogue seien.

Einer der Höhepunkte waren die Paralympics 2012 in London: Führende Medizintechnikhersteller gehörten zu den Sponsoren der Top-Athleten mit Handicap. Die Wettkämpfe entfalteten eine deutlich größere Außenwirkung als bisher.

POINT OF SALE IM VISIER

„Privatpersonen investieren immer mehr Geld in ihre Gesundheit. Artikel wie Kompressionsstrümpfe, die bisher der Medizin vorbehalten waren, werden zu Lifestyle-Accessoires“, erläutert Ronald Beyer. „Die Patienten bestimmen bei Entscheidungen über Medizinprodukte zunehmend mit. Um sich von der Konkurrenz abzuheben, achten die Unternehmen deshalb stärker auf Markenbildung.“ Der Point of Sale gerate damit deutlicher ins Visier der Hersteller. Mit Verkaufs-Know-how, attraktiven Verkaufsflächen und publikumswirksamen Informationen über den Mehrwert der Produkte stärkten sie die Sanitätshäuser als Fachhändler und Mittler zum Endverbraucher. Diesen Tendenzen müsse eine Messegesellschaft gerecht werden, unter anderem mit integrierten Sonderschauen und Vortragsreihen. „Der Vorlauf dafür beträgt bis zu neun Monate, deshalb suchen wir zeitig den Dialog mit unseren Ausstellern“, so Beyer.

Auf 1.600 Quadratmetern präsentierte der Global Player Ottobock seinen neuen Markenauftritt auf der Weltleitmesse ORTHOPÄDIE + REHA-TECHNIK 2012 wirkungsvoll der Öffentlichkeit. Der Messediensleister FAIRNET, eine Tochtergesellschaft der Leipziger Messe, realisierte die Präsentation.

STARKES MEDIZINCLUSTER

Die Leipziger Messe hat in den vergangenen Jahren ihre Kompetenz für Medizinmessen und -kongresse konsequent ausgebaut. „1996 gingen wir mit einer Veranstaltung an den Start. Heute sind wir von der Weltleitmesse bis zum hochkarätigen Fachkongress bestens positioniert“, resümiert Ronald Beyer. „Leipzig ist ein enorm innovativer Hotspot der Gesundheitswirtschaft mit bedeutenden Forschungszentren sowie international renommierten Kliniken. Mit diesen starken Partnern kooperieren wir. Das ist unser Erfolgsrezept.“

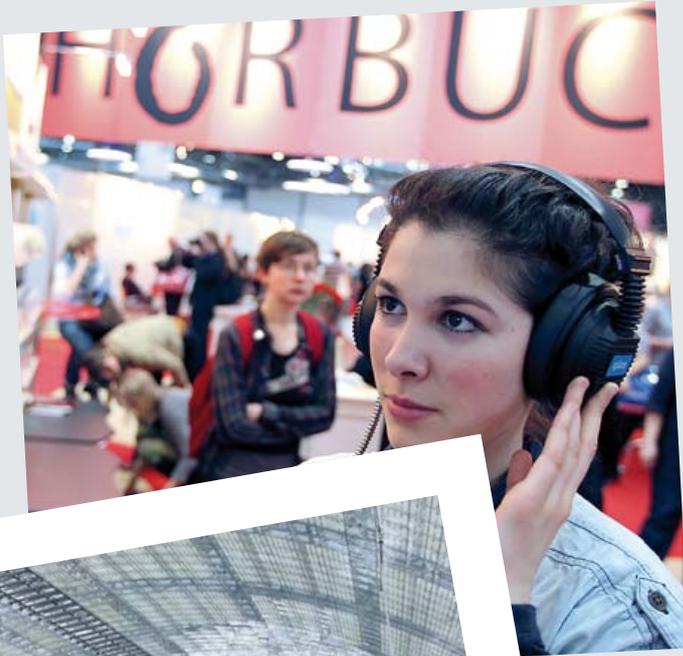
- ☑ www.ot-world.com
- ☑ www.medlogistica.de
- ☑ www.pflege-homecare.de
- ☑ www.therapie-leipzig.de
- ☑ www.tieraerztekongress.de
- ☑ www.ispo2013.org

MESSEN IN LEIPZIG



Literatur als Event

Zur Leipziger Buchmesse gehen Autoren und Verlage mit Lesern auf Tuchfühlung. Die Kombination aus Messe und Lesefest „Leipzig liest“ ist beispiellos.



Cornelia Manz aus Berlin kann ihr Glück kaum fassen. Die Lehrerin ist seit Jahren begeisterte Leserin von Swetlana Alexijewitsch, hat alle auf Deutsch erschienenen Bücher der Weißrussin gelesen und verfolgt die ernste Thematik der Autorin mit Interesse und Mitgefühl. Nun steht sie direkt vor der Schriftstellerin, bekommt ein Lächeln geschenkt und sieht Alexijewitsch dabei zu, wie sie ihr die Widmung ins Buch schreibt. Solche Ereignisse sind Alltag auf der Leipziger Buchmesse. Und sie werden gepostet von den 17.000 Facebook-Fans, die auf der Social-Media-Plattform das Messegeschehen unterhaltsam in Wort und Bild kommentieren.

Das für den deutschsprachigen Literaturmarkt bedeutendste Branchenforum im Frühjahr lockt jeden März unzählige Autoren, Verlage, Buchhändler, Übersetzer und interessierte Leser nach Leipzig. Dabei steht der direkte und intensive Austausch zwischen den Literaturschaffenden und ihrem Publikum im Vordergrund. Mit dem parallel zur Messe stattfindenden und europaweit größten Lesefestival „Leipzig liest“ werden Jahr für Jahr die literarischen Trendbarometer neu geeicht. Das wissen alle Beteiligten zu schätzen: Aussteller-, Fachbesucher-, Autoren- und Publikumszahlen wachsen kontinuierlich.

BRANCHENEVENT TRIFFT LESEFEST

Das Besondere der Leipziger Buchmesse ist die Kombination der Fachmesse mit dem Lesefest: Zeitgleich zur Buchmesse auf dem Messegelände finden in der gesamten Stadt an 350 Orten über 2.600 Lesungen und Veranstaltungen statt. „Leipzig liest“ ist Europas größtes Lesefestival. Diese beiden Seiten der Buchmesse-Medaille ergänzen sich hervorragend. Manch ein Aussteller hat seinen Autor nachmittags zur Signierstunde am Messestand, weil er abends eine Lesung im Tigerkäfig des Zoos hält. Manch ein Promi stellt seine Biografie nur deshalb im Dachstuhl der Thomaskirche vor, weil er tags darauf in einer Fernseh-Talkshow auf der Buchmesse auftritt. Diese Dualität von Branchenevent und Lesefest wird gekrönt von der Verleihung dreier medienwirksamer Buchpreise, die inzwischen zu den renommiertesten Literaturpreisen in Deutschland gehören.



Swetlana Alexijewitsch
schreibt über verdrängte Themen
wie Tschernobyl, den Zusammenbruch der
Sowjetunion oder über Frauenschicksale im Krieg.



TOR ZUM OSTEN

Als traditionelle Drehscheibe zwischen Ost und West setzt die Leipziger Buchmesse von jeher starke Akzente auf Literatur aus den östlichen Regionen Europas. Um die Literaturströme aus diesen für viele deutschsprachige Leser wenig bekannten literarischen Welten zu öffnen, lädt die Leipziger Buchmesse gezielt Autoren und Verlage aus dem osteuropäischen Ausland ein – zuletzt aus Polen, der Ukraine und Weißrussland. Konzeptionelle Ideen wie das 2012 gestartete Projekt „tranzyt“, das der Vernetzung von deutschsprachigen und osteuropäischen Übersetzungs- und Verlagsstrukturen dient, sind ein konkretes Beispiel dafür, dass die Leipziger Messe die aktuellen Bedürfnisse einer Branche ernst nimmt und sich mit neuen Angeboten darauf einstellt.

BUCH 2.0 – NEUE FREIRÄUME

Die Möglichkeiten digitaler Mediennutzung und Crossmedia-Gestaltung prägen auch in der Buch- und Verlagsbranche die Marktentwicklung. Die damit verbundenen Herausforderungen und Potenziale gezielt zu zeigen und zu nutzen, ist besonderes Anliegen der Leipziger Buchmesse. So steckt hinter der Marke „Fokus Bildung“ ein über Jahre ausgebaut und übersichtlich gebündeltes pädagogisches Messeprofil, das Lehrern und Erziehern, Eltern und Kindern mehr Orientierung in der modernen Literatur- und Medienwelt bietet.

Aber auch Autoren und junge Verlage haben in

Zeiten der E-Books, Blogs und Online-Plattformen einen steigenden Bedarf an Weiterbildung. Unter dem Label „autoren@leipzig“ stellt die Leipziger Buchmesse Netzwerkangebote für Autoren bereit. Neue Perspektiven in der Zusammenarbeit mit Verlagen werden ausgelotet und Selbstvermarktungsstrategien diskutiert. Ob „Bar-Camp“, „Digitales Wohnzimmer“ oder „leipzig.liest.digital“ – das Angebot macht die Leipziger Buchmesse für Autoren und junge Verlage einzigartig.

LIVE-KOMMUNIKATION AUF TOP-NIVEAU

Standdesign und -bau, Einladungsmanagement, Catering – ein erfolgreicher Messeauftritt hat viele Aspekte. Der Messediensleister FAIRNET nimmt den Ausstellern der Leipziger Buchmesse das Gros der Standplanung und -realisierung ab, organisiert Kundenevents oder Standpartys. So können sich die Aussteller entspannt um ihre Gäste kümmern – um die Fachbesucher ebenso wie um Swetlana Alexijewitsch aus Weißrussland oder um die Leser wie Cornelia Manz aus Berlin, ohne die die Leipziger Buchmesse kein Erlebnis wäre.

www.leipziger-buchmesse.de

Schwere Technik

Wenn Riesen reisen

Alle zwei Jahre versammeln sich die Schwergewichte der metallbearbeitenden und -verarbeitenden Industrie sowie der Zulieferbranche in Leipzig. Dann sind auf dem einzigartigen Fachmesseverbund von intec und Z tonnenschwere Giganten ebenso zu sehen wie kleinste Präzisionsteile.

35, 40 oder 50 Tonnen Metall: Großbearbeitungsmaschinen gehören zu den imposantesten Exponaten der Industrieschauen. Krane mit 100 Tonnen Hubkraft manövrieren die Riesen an ihre Standorte in den Ausstellungshallen. „Für vier Tage verwandelt sich das Messegelände in die größte Produktionsstätte im Osten Deutschlands“, erklärt Kersten Bunke-Njengué, Projektdirektorin der Metallbearbeitungsmesse intec sowie der Zuliefermesse Z. Geruch von Maschinenöl und heißen Metallspänen liegt dann über den Gängen. Die Riesen drehen, bohren, fräsen, schweißen oder schneiden. Trotz ihrer Größe arbeiten sie bis in den Mikrometerbereich genau – tausendmal weniger als die Dicke eines Haares. So manches Ausstellungsstück hat einen weiten Weg hinter sich, stammt aus Spanien, Frankreich, der Schweiz oder Italien. Geschäftig ist es ebenfalls auf der Zuliefermesse, spezialisiert auf Teile, Komponenten, Module und Technologie. Hier können Besucher eine Reise durch Europa machen, Lieferanten aus Ost und West treffen.

Seit 2007 weist das Leipziger Messe-Duo ein eindrucksvolles Ausstellerwachstum von 34 Prozent auf. Das Besucherplus lag bei 44 Prozent. „Wir haben eine sehr gute Marktstellung erreicht und erwarten auch für die nächsten Jahre eine kontinuierliche Entwicklung“, prognostiziert die Projektdirektorin.

www.messe-intec.de



worldskills
Leipzig2013

Die WM der Berufe

Die Welt zu Gast in Leipzig



Gastlichkeit ist ein Markenzeichen der Messestadt. Herzlich willkommen zu den WorldSkills 2013!

Hämmern, Schweißen, Programmieren. In den Leipziger Messehallen werden mechatronische Systeme entwickelt und CNC-Maschinen bedient. Autos werden lackiert und Wände gefliest. Imposante Offsetdruckanlagen werfen Vierfarbbögen aus. Es riecht nach Werkstatt und Industriehalle. Zur gleichen Zeit werden Webdesigns kreiert, Steuerungsmodule programmiert und Törtchen verziert. Auf dem Freigelände zaubern Landschaftsgärtner traumhafte Grünoasen und nebenan entstehen Straßen. Über allem liegen intensive Konzentration und knisternde Spannung. Denn vom 2. bis 7. Juli 2013 verwandelt sich die Leipziger Messe in eine riesige Wettkampfarena. Bei den 42. WorldSkills – der WM der Berufe – werden in 46 Disziplinen die Weltmeister gesucht. Die Schirmherrschaft hat Bundeskanzlerin Dr. Angela Merkel übernommen.

1.000 TALENTE AUS ALLER WELT

Auf rund 180.000 Quadratmetern wetteifern mehr als 1.000 junge Talente unter 23 Jahren um die Medaillen. Beobachtet von über 2.000 technischen Experten, Wettkampfrichtern, Teamleadern und angefeuert von 200.000 Besuchern zeigen die Nachwuchsprofis, warum sie in ihren Heimatländern zu den Besten der Besten gehören. Über 1.000 Volunteers sorgen ehrenamtlich und mit Begeisterung für den reibungslosen Ablauf – ob bei der Akkreditierung, beim Besucherservice oder auf den Wettkampfflächen. Die freiwilligen Helfer, der Älteste ist 75 Jahre alt, der Jüngste gerade 18, reisen aus allen Ecken der Welt nach Leipzig, von den Vereinigten Arabischen Emiraten bis Indien. „Im Juli 2013 wird die ganze Welt der Wirtschaft und beruflichen Bildung auf Deutschland und auf Leipzig

schauen. Eine bessere Gelegenheit kann es für die deutsche Wirtschaft und Bildungslandschaft gar nicht geben, um die eigenen Leistungen zu präsentieren! Wir können die internationale Wirtschaft für den Standort Deutschland und für die deutschen Produkte interessieren“, erklärt

Dr. Theodor Niehaus, Präsident der WorldSkills Leipzig 2013. Die Weltmeisterschaft der Berufe ist das weltweit größte Bildungsereignis und kommt erstmals seit 40 Jahren wieder nach Deutschland. „Die Leipziger Messe hat gemeinsam mit der Stadt Leipzig einen wesentlichen Beitrag geleistet, damit die Wettbewerbe nach Leipzig kommen. Dank des Engagements werden die WorldSkills ein internationales Großevent, das unvergessen bleibt. Davon bin ich überzeugt“, so Niehaus.

Bereits im Vorfeld hatten der Vorstand und das Sekretariat von WorldSkills International die Leipziger Gastlichkeit und das wunderschöne Messegelände gelobt. „Leipzig freut sich darauf, dieses internationale Event auszurichten“, sagt Martin Buhl-Wagner, Sprecher der Geschäftsführung der Leipziger Messe. „Die für die Organisation gegründete Projektgesellschaft WorldSkills Leipzig 2013 GmbH unterstützen wir gern mit unserem professionellen Service-Netzwerk sowie bewährten Kooperationen.“

„Wir freuen uns sehr, mit der Leipziger Messe einen starken Partner zu haben, der die Strahlkraft der WorldSkills Leipzig 2013 frühzeitig erkannt hat und sich in außerordentlicher Weise für dieses großartige Projekt engagiert“, versichert Hubert Romer, Geschäftsführer der WorldSkills Leipzig 2013 GmbH. Zugleich wird das Congress Center Leipzig (CCL) zum Hotspot für 2.500 internationale Bildungsspezialisten. Hier tagen unter anderem Fachleute der UN-Organisation UNIDO (United Nations Industrial Development Organization), die OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development) mit ihrer Skills-Strategy-Konferenz sowie der

WorldSkills: Die Weltmeisterschaft der Berufe

Bei den WorldSkills treten die besten jungen Fachleute aus nicht-akademischen Berufen gegeneinander an und ermitteln ihre Champions.

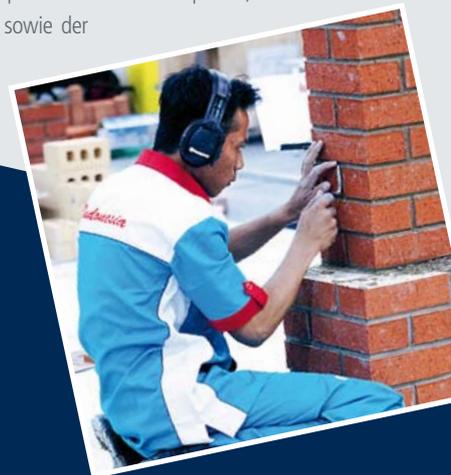
Die Geschichte der WorldSkills begann 1947 mit zwölf Disziplinen als nationaler Wettbewerb in Spanien. 1950 wetteiferten 24 junge Profis aus Portugal und Spanien im ersten binationalen Wettstreit. Drei Jahre später nahmen auf Einladung Spaniens Jugendliche aus Großbritannien, Frankreich, Marokko, der Schweiz und Deutschland teil.

Nachdem 1958 anlässlich der Weltausstellung in Brüssel die erste Berufsmeisterschaft außerhalb Spaniens stattfand, schritt

die Internationalisierung voran. 1961 kam die Veranstaltung zum ersten Mal nach Deutschland und begeisterte Duisburg. 1970 war Japan mit Tokio der erste Gastgeber außerhalb Europas. 1973 richtete Deutschland mit München zum zweiten Mal die Meisterschaften aus. 2009 wurden die WorldSkills im kanadischen Calgary ausgetragen und 2011 lud London ein.

Die WM der Berufe ist zum Mega-Event geworden, bei dem Talente aus der ganzen Welt alle zwei Jahre ihr Können beweisen. Zu den WorldSkills in Leipzig kommen mehr als 1.000 Teilnehmer aus über 50 Ländern und Regionen – von Argentinien bis Südafrika.

Internationaler Rechteinhaber der WM der Berufe ist der Verband WorldSkills International, in dem 63 Länder und Regionen Mitglied sind. Die gemeinnützige Organisation setzt sich weltweit für die berufliche Ausbildung ein. Nationaler Trägerverband der WorldSkills Leipzig 2013 ist WorldSkills Germany.





Beratende Ausschuss für Berufsbildung der Europäischen Union. Elfi Klumpp, geschäftsführendes Vorstandsmitglied WorldSkills Germany sagt: „Für unser duales Bildungssystem eröffnen sich enorme Möglichkeiten, um sich darzustellen und als Exportprodukt noch besser zu etablieren. Wir wollen die Potenziale der WorldSkills Leipzig 2013 gemeinsam mit allen Stakeholdern der beruflichen Bildung in Deutschland nutzen und rund um die Wettbewerbe ein attraktives Rahmen- und Konferenzprogramm spannen. Die WorldSkills Leipzig 2013 sollen ein ‚Fest der beruflichen Bildung zu Gast bei Freunden‘ werden!“

REGIONALE BEGEISTERUNG

Eine ganze Region engagiert sich für das Großereignis – Stadtverwaltung, Leipzig Tourismus und Marketing GmbH, Kultureinrichtungen, Industrie- und Handelskammer sowie die Handwerkskammer zu Leipzig und renommierte Unternehmen. Allein am Wochenende vor Beginn der Großveranstaltung werden Exkursionen für die 3.000 Wettkampfteilnehmer, Teamleader, technischen Experten und Wettkampfrichter organisiert. Dafür öffnen neben touristischen Highlights auch Firmen der Automobilbranche, der Papier-, Lebensmittel- und Druckindustrie ihre Türen. In Ostdeutschlands größtem Freizeitpark Belantis verbringen die Wettkampfteilnehmer einen Nachmittag, um sich kennenzulernen und Freundschaften zu schließen. 55 Patenschulen aus Leipzig und Umgebung beteiligen sich an der Aktion ‚One School – One Country‘. Dabei lernen die Schüler jeweils ein Land und seine Nationalmannschaft kennen. Höhepunkte sind die Treffen in der Schule und der Besuch der Wettkämpfe auf dem Messegelände. Die Patenschaft für das Programm hat Sachsens Staatsministerin für Kultus Brunhild Kurth übernommen.

IM HERZEN EUROPAS

Leipzig liegt im Zentrum Europas und verfügt über eine hochmoderne Infrastruktur, erklärt Messechef Martin Buhl-Wagner. „Das ist ein Vorteil für solche Großveranstaltungen. Mit Flugzeug, über die Autobahn oder mit dem Zug – Leipzig ist schnell und unkompliziert zu erreichen. In der Region sind wir mit dem Mitteldeutschen Verkehrsverbund, zu dem auch die Leipziger

Verkehrsbetriebe gehören, und vielen Dienstleistern gut vernetzt.“ Zur modernen Infrastruktur gehört auch das flexibel nutzbare und architektonisch schöne Messegelände. Eine nagelneue Tribüntechnik für 4.000 Menschen macht die Halle 1 zur Eventhalle, in den anderen Messehallen und auf den Freiflächen finden die Wettkämpfe statt, während nebenan im Kongresszentrum Bildungsexperten aus aller Welt tagen. In der architektonisch einzigartigen Glashalle präsentieren sich Aussteller und zum Schluss steigt hier eine große Party. „Unser Gelände hat sich schon für Großveranstaltungen aller Art bewährt“, so Martin Buhl-Wagner.

UNSCHLAGBARER SERVICE

„Während der WorldSkills betreiben wir in Leipzig das größte Restaurant der Welt!“, sagt der Messechef. Rund 7.000 Essen pro Wettkampftag bereitet die Gastronomietochter der Leipziger Messe fairgourmet für Teilnehmer, Schiedsrichter, Werkstattleiter, Delegierte und Volunteers zu. Das reicht vom Frühstück über das Mittagessen und Abendbrot bis zu kleinen Zwischenmahlzeiten und Getränken direkt auf der Wettkampffläche, damit die Teilnehmer den harten Wettkampfbedingungen standhalten. Kulturelle Vorlieben muss die fairgourmet genauso berücksichtigen wie religiöse Vorgaben oder gesundheitliche Aspekte. Es wird zum Beispiel kein Schweinefleisch geben, weil dies islamische Ernährungsvorschriften verbieten. Eine „Schnellspur“ gewährleistet, dass alle Wettkampfteilnehmer ihre Mahlzeiten rechtzeitig erhalten – manche werden direkt in den Hallen mit Lunchpaketen versorgt.

Das von der Leipziger Messe umgesetzte Hospitality-Programm koordiniert unter anderem die Exkursionen, die Versorgung während des Aufenthaltes, den Transport von den Hotels zum Wettkampfort und während der Ausflüge sowie die Unterbringung von 3.000 Delegierten in 40 Hotels verschiedener Kategorien und für unterschiedliche Zeiträume. „Für das Schnüren der Hospitality-Pakete in dieser Größenordnung und Komplexität bewährt sich unsere gute Vernetzung in der Unternehmensgruppe und der Region“, berichtet Martin Buhl-Wagner. „Das macht es leichter, Dienstleistungen auch darüber hinaus anzubieten.“ So hat der Kundenservice der Messegesellschaft immer einen Blick darauf, dass Freunde und Verwandte der Wettkämpfer in der Nähe ihrer Angehörigen einquartiert werden.

900 STATIONEN, 1.200 KILO SCHOKOLADE

Hinter den Berufswettkämpfen steht ein Team aus der ganzen Welt. Die Abstimmungen für die Wettkampfarenen laufen rund um den Globus. Mehr als 80 internationale Experten sind in die Planung eingeschaltet. Die Anforde-

Große Events – Leipziger Teamwork

Für Großveranstaltungen bewährt sich die Struktur der Leipziger Messe als integrierter Messeveranstalter. Die sechs Firmen des Servicenetzwerkes bieten alle Leistungen, die ein Veranstalter braucht, aus einer Hand: von der Konzeption und Planung über das Projektmanagement, Standbau, Eventorganisation, Gastronomie bis hin zu Personalservice und Hotelvermittlung. Im Vordergrund steht immer die individuelle, bedarfsgerechte Lösung für den Veranstalter. Lohn des Leipziger Servicemodells sind die außergewöhnlich hohe Kundenzufriedenheit und die wachsende Zahl großer Events in Leipzig.

- 2008:** World Baptist Youth Conference
- 2009:** Deutscher Seniorentag
- 2010:** Deutscher Feuerwehrtag/ Interschutz
- 2011:** 50. Weltkongress der International Congress & Convention Association (ICCA)
- 2012:** GTM Germany Travel Mart
- 2013:** WorldSkills Leipzig



rungen sind exakt definiert, um gleiche Bedingungen für alle zu garantieren. „Das heißt beispielsweise, 23 Lackierstationen identisch aufzuplanen“, erklärt Martin Buhl-Wagner. „Gleiche Ausstattung am Arbeitsplatz, gleiche Wege zu Werkzeug und Material, gleicher Abstand zum Publikum.“

Eine Million einzelne Gegenstände, fast alle mehrfach, werden für die mehr als 900 Arbeitsstationen benötigt – vom Stahlstift bis zur Drehmaschine. Die Kfz-Mechatroniker brauchen 24 Hebebühnen, die Konditoren 1.200 Kilogramm Schokolade, die Floristen 45 verschiedene Blumensorten. Außerdem hat der Restaurantservice 1.000 Tischtücher und 2.100 Servietten geordert. 30 bis 40 Tonnen Werkzeug bringen die Teilnehmer zusätzlich mit. Japanische Schreiner lassen zum Beispiel ihre Sägen einfliegen, weil diese andersherum reagieren als europäische Exemplare – erst drücken, dann ziehen.

ERPROBTE DIENSTLEISTER

Solch eine Großveranstaltung mit einer Projektgesellschaft und vielen Partnern auf die Beine zu stellen, sind für den Messechef und sein Team Anspruch und Ansporn zugleich: „Es ist nicht nur die bisher größte Berufe-WM. Sie findet auch auf einem hervorragenden Gelände und in einmaliger Atmosphäre statt. Zudem wird sie von einem Team unterstützt, das mitdenkt, flexibel reagiert und damit Voraussetzungen schafft, dass die WorldSkills Leipzig 2013 zum einmaligen Erlebnis werden – anschaulich, leidenschaftlich, mitreißend.“

Die Unternehmensgruppe Leipziger Messe profitiert von Erfahrungen mit Großveranstaltungen unterschiedlichster Art. „Als bewährte Gastgeberin von Großevents können wir Leistungen in hoher Qualität anbieten, die den Veranstaltern die Organisation erleichtern. Mit unseren Dienstleistungstöchtern realisieren wir flexible Services aus einer Hand – inklusive Technik, Logistik und Catering“, betont Martin Buhl-Wagner. Denn die Leipziger Messe mit dem CCL und den fünf Tochtergesellschaften FAIRNET, fairgourmet, Leipziger Messe Gastveranstaltungen, Leipziger Messe International (LMI) sowie MaxicoM – Euro-Asia Business Center Leipzig deckt das gesamte Leistungsspektrum der Messe- und Veranstaltungsbranche ab: „Unser Schnittstellenmanagement ist erprobt. Die Spiele mögen beginnen!“

www.worldskillsleipzig2013.com



Innovationskraft schafft Zukunft

Die Leipziger Messe gehört zu den innovativsten Messen in Deutschland. Kein anderer Messeplatz hat in den vergangenen 20 Jahren so viele Veranstaltungen etabliert. Über neue Entwicklungen sprach das Leipziger Messe Magazin mit dem Geschäftsführer Markus Geisenberger.

Wie schaffen Sie es, immer wieder neue Veranstaltungen zu platzieren?

■ Bei unserem komplexen Geschäft greifen viele Bereiche wie Zahnräder ineinander. Wir beobachten die Märkte genau, analysieren deren Anforderungen und führen intensive Gespräche mit Partnern und Verbänden. So entwickeln wir neue Veranstaltungen und erweitern bestehende Messen durch Zusatzthemen. Wir bewerben uns auch um Kongresse, akquirieren aktiv Gastveranstaltungen, kaufen Messen oder gehen Kooperationen und Partnerschaften ein – und das national wie international. Für 2013 haben wir beispielsweise die CosmeticBusiness erworben. Die internationale Fachmesse für die Zulieferindustrie der Kosmetikbranche hat viel Potenzial.

Die Messebranche steht im intensiven Wettbewerb. Wie positioniert sich die Leipziger Messe?

■ Die Leipziger Messe und ihre fünf Tochterunternehmen sind eng vernetzt und können dadurch neues Geschäft generieren. Dank unserer komplexen Services kann der Kunde bedarfs- und qualitätsgerechte Leistungen aus einer Hand buchen. Mit unserer Struktur

ist kein Firmenauftrag zu klein und keine Veranstaltung zu groß. Darüber hinaus betreuen wir über unser Dienstleistungsnetzwerk Kunden auch außerhalb unseres Messeplatzes im In- und Ausland auf qualitativ sehr hohem Niveau. Das schafft Vertrauen. So können wir Branchen gewinnen, die bisher in Leipzig noch nicht aktiv sind. Auch unser Auslandsmessegeschäft bauen wir weiter aus. Wir setzen verstärkt auf Kooperationen. Wobei wir auch hierbei das vorhandene Know-how und die Netzwerke nutzen, die durch die Unternehmensgruppe Leipziger Messe bestehen.

Welche Ziele verfolgt die Leipziger Messe?

■ Unser Portfolio auszubauen und zu erweitern, ist oberstes Ziel. Dabei muss sich das Neugeschäft rechnen. Nur so lässt sich in die Weiterentwicklung der Messen investieren. Wir setzen auf unsere starke Innovationskraft. Jedes Jahr gehen wir mit mindestens einer neuer Veranstaltung an den Start – entweder selbst entwickelt oder gekauft. Hinzu kommt, dass wir unser Eventgeschäft weiter ausbauen. Daraus ergeben sich wiederum zahlreiche Synergien für die gesamte Unternehmensgruppe.

Interview

Im Trend:

Das Festival der innovativen Ideen



Nachgefragt bei
Markus
Geisenberger





Designers' Open

Designmessen haben eine lange Tradition in Leipzig. 1920 fand die erste Grassmesse statt, die angetreten war, um kommerziellen Massenprodukten Paroli zu bieten. Damit wollten die Gründer auch einen Gegenentwurf zu den großen Messermessen schaffen. Durch ein strenges Juryprinzip wurde die Grassmesse zu einem europaweit anerkannten Forum der „Kunstgewerbe“-Elite. Heimstatt der Grassmesse ist das Museum für angewandte Kunst im Grassmuseum am Johannisplatz. Als festen Termin belegt sie jeweils das letzte Wochenende im Oktober.

Auch das junge, trendige und genreunabhängige Design hat seinen Platz in Leipzig gefunden. 2005 gründeten Jan Hartmann und Andreas Neubert die Designers' Open als Forum der gesamten Designbranche. Die beiden Männer sehen ihr Festival als Trendmotor und Ideengeber – und ihr Enthusiasmus fand viele Anhänger. Ein rasantes Wachstum prägte die Designers' Open von Anfang an; zuletzt nahmen 180 Aussteller und 12.500 Besucher teil.

Nun ist die Zeit wieder reif für große Ideen: 2012 schlossen Jan Hartmann und Andreas Neubert einen Vertrag mit der Leipziger Messe, um das weitere Wachstum der Designers' Open zu sichern. Als neue Veranstalterin bringt die Leipziger Messe ihr gesamtes Netzwerk ein und baut das Festival für die nationale und internationale Kreativbranche aus. Die beiden Gründer wirken weiterhin mit. Geschäftsführer Markus Geisenberger ist von der

gemeinsamen Fortsetzung der Erfolgsgeschichte überzeugt. Zu den Potenzialen der Messe sagt er: „Wir wollen vor allem die Industrieausstellung und die begleitende Konferenz ausbauen, damit sich die Designers' Open auch als Innovationsplattform der Industrie etabliert.“

Das Festival der Kreativen ist für Fachleute ebenso interessant wie für Laien. Die Bereiche DO/Market und DO/Fashion wenden sich an Verbraucher und zeigen vor allem Interieur und Modedesign. Oft können Unikate erworben werden, die bis dahin in keinem Geschäft zu finden sind. Das Segment DO/Industry versteht sich als Impulsgeber für den Transfer von Innovationen aus Forschung und Entwicklung in die Fertigung. Hier tauschen sich Designer mit Vertretern aus Wirtschaft und Wissenschaft aus. Das Rahmenprogramm macht aktuelle Trends, Designtheorien und Innovationen auch für den Konsumenten erlebbar.

Veranstaltungsort der Designers' Open sind wechselnde Leipziger Locations, die dem trendigen Festival ein passendes Ambiente bieten. Fest steht jeweils der Termin: das letzte Wochenende im Oktober, parallel zur traditionellen Grassmesse. Ein ganz heißer Tipp für alle, die das Design lieben und gern einen Schritt voraus sind.

www.designersopen.de

KONGRESSE IN LEIPZIG

Glanzstück aufpoliert: Kongreßhalle am Zoo erweitert Leipzigs Tagungskapazitäten

Mit der Sanierung der historischen Kongreßhalle am Zoo gewinnt Leipzig mehr Raum für Tagungen und Konferenzen. Das 1900 eröffnete Jugendstil-Juwel war über Jahrzehnte ein gesellschaftlicher Treffpunkt der Stadt. Ab 1947 musizierte das weltberühmte Gewandhausorchester in dem Gebäude – bis zur Eröffnung des neuen Gewandhauses 1981. Ende der 1980er-Jahre verfiel das Bauwerk in einen Dornröschenschlaf, aus dem es neu gestylt wiedererwacht. Dabei wird das glanzvolle Ambiente mit zeitgenössischer Baukunst und einer modernen technischen Infrastruktur verknüpft. Die ersten drei Säle – benannt nach den Musikgrößen Bach, Händel und Telemann – sind bereits fertiggestellt. Eigentümer der Kongreßhalle ist der Zoo Leipzig, Kooperationspartner ist das Congress Center Leipzig (CCL) der Leipziger Messe.

Standleitung in die Zukunft

Die Leipziger Messe verfügt über eine hochmoderne IT-Infrastruktur. Auch Hightech-Veranstaltungen nutzen das Gelände: 2013 kommt Europas wichtigster Supercomputing-Kongress nach Leipzig.

nutzen. Rein rechnerisch könnten mit dem Messe-Zugang 14.000 Internetnutzer gleichzeitig YouTube-Videos schauen.

Viel wurde auch in die WLAN-Infrastruktur investiert. Seit 2013 ist es möglich, dass in der Leipziger Messehalle 2 bis zu 3.000 Besucher gleichzeitig WLAN nutzen können. Dazu wurden an der Hallendecke 26 Access Points mit insgesamt 78 Antennen montiert.

SUPERCOMPUTING CONFERENCE

Auch die Veranstalter der International Supercomputing Conference (ISC) schätzen die hohen technischen Standards in Leipzig. Europas führender Fachkongress mit der größten Ausstellung für Hochleistungsrechner findet hier erstmals vom 16. bis 20. Juni 2013 statt. Dazu werden rund 180 Aussteller und 2.400 Fachbesucher aus aller Welt erwartet. Die weltweit älteste und wichtigste Veranstaltung für High Performance Computing verbuchte in den letzten vier Jahren eine Steigerung der Teilnehmerzahlen von 20 Prozent pro Jahr. Ein Erfolgskonzept mit starker Wachstumsdynamik, das mit immer mehr Teilnehmern und Ausstellern im Congress Center Leipzig (CCL) die idealen Bedingungen findet.

DIE „OSCAR“ DES SUPERCOMPUTING

Die ganze (Computer-)Welt wird auf Leipzig blicken, wenn am Montag, dem 17. Juni 2013, die neue TOP500-Liste präsentiert wird. In verbaler Anspielung auf die Forbes-500-Liste der erfolgreichsten Unternehmen stellt der Kongress mit der TOP500 die Rangfolge der zurzeit leistungsfähigsten Computersysteme zur Lösung linearer Gleichungssysteme der Weltöffentlichkeit vor. Zweimal im Jahr wird diese Liste aktualisiert und abwechselnd in den USA und in Deutschland auf der ISC veröffentlicht. In den nächsten Jahren ist die Sommer-Liste nun aus Leipzig zu erwarten.

■ www.isc-events.com/isc13

Steve Jobs (1955–2011) galt als Messias der Produktszenierung. Doch am 7. Juni 2010 erlebte der Apple-Chef im Moscone Center in San Francisco eine schwarze halbe Stunde. Bei der Präsentation des damals neuen iPhone 4 wollte er damit die Homepage der New York Times aufrufen, aber nichts geschah. Die Techniker hatten 570 WLAN-Hotspots im Publikum ausgemacht. Zu viel für den strahlenden Technologie-Leader? Zu viel für das gastgebende Messegelände?

Was als WLAN-Panne in Apples Geschichte einging, ist im Messegeschäft leider keine Seltenheit. Kaum ein Smartphone-Benutzer macht sich Gedanken darüber, dass es technisch extrem schwierig ist, in einer Halle parallel zu 1.000 anderen Menschen große Datenmengen aufs Handy zu streamen.

SCHNELLSTES INTERNET ALLER MESSEN

Die Leipziger Messe und das dazugehörige Congress Center Leipzig (CCL) bringen ihre Infrastruktur derzeit auf den neuesten Stand, um solche Risiken für Aussteller und Besucher zu minimieren. „Es gibt in Europa keinen Messeplatz, der seinen Ausstellern und Kongressteilnehmern schnellere Internet-Bandbreiten bieten kann“, sagt Steven Ponndorf, Zentralbereichsleiter Technik/Services bei der Leipziger Messe. Die Bandbreite wurde 2012 verzehnfacht auf jetzt 10 Gbit/s redundant (das bedeutet 10 Gbit/s für den Normalbetrieb und 10 Gbit/s zusätzlich für den Notfall). Daraus ergibt sich die 600-fache Geschwindigkeit eines durchschnittlichen DSL-Anschlusses, den Privatpersonen zu Hause als „schnelles Internet“

Die aktuelle Nr. 1 der TOP500:
der „Titan“ mit über 17 PFlops.
Bild: Oak Ridge National Laboratory



Live-OP am Leipziger Herzzentrum von Prof. Dr. med. Gerhard Schuler und seinem Team am 20. Januar 2011 im Rahmen des LINC 2011

Konferenz im OP-Saal

Wenn die Lichter im Kongresssaal gedimmt werden und auf einer überdimensionalen Leinwand ein

4.000 Zuschauer am OP-Tisch – das Congress Center Leipzig (CCL) vernetzt Kongressraum und „die Welt da draußen“

OP-Raum in HD-Qualität erscheint, erinnert das an einen Science-Fiction-Film. Doch es ist die medizinische Realität, die auf vielen Veranstaltungen in die Säle des Congress Center Leipzig (CCL) übertragen wird.

Ob bei Tagungen der Deutschen Gesellschaft für Kardiologie, Herz- und Kreislaufforschung, der Gesellschaft für Thorax-, Herz- und Gefäßchirurgie oder der Neurointensivmedizin: Immer geht es bei der Vermittlung neuer Technologien und Konzepte auch um Einblicke in die Praxis. Doch diese Praxis findet nun einmal außerhalb des CCL in OP-Räumen und Forschungslaboren statt. Dank hochmoderner Vernetzungs- und Präsentationstechnik kann sie live im CCL gezeigt werden.

Für Veranstalter und Teilnehmer haben solche Übertragungen erhebliche Vorteile. Sie vermitteln oder bekommen ein genaues Bild davon, welche Möglichkeiten zum Beispiel in-

novative OP-Technologien besitzen. Wie Laserlicht in Zukunft Skalpelle ersetzen wird oder technische Assistenten wie der intelligente OP-Tisch Abläufe bei Operationen optimieren können, erscheint dann live und hochauflösend in den Sälen des CCL.

Weltweit herausragendes Beispiel für diese lebensstiftende Form der Wissensvermittlung ist der Leipzig Interventional Course (LINC), der vom 23. bis 26. Januar 2013 bereits zum neunten Mal auf dem Leipziger Messegelände stattfindet. In mehr als 90 Live-Übertragungen aus OP-Sälen an 11 Standorten weltweit – von Leipzig bis Miami (USA), von Hamburg bis São Paulo (Brasilien) – werden schwierige oder neuartige Operationen an realen Patienten vorgeführt und ausführlich kommentiert. Simultan zeigt die riesige Leinwand in Halle 5 einen Kamerastream aus dem OP-Saal und einen Röntgenlivestream in Full-HD-Qualität. Zusätzlich erläutern Charts die verwendeten Instrumente oder die Krankengeschichte des Patienten. Im Podium kommentiert eine Ex-

pertenrunde die Operation.

Die Vielzahl der Demonstrationen ist an diesen vier Tagen nur durch parallele Operationen und deren Über-

tragung in verschiedene Säle auf dem Leipziger Messegelände möglich. Ausgewählte Live-OPs werden aufgenommen und auf der Kongress-Website veröffentlicht.

Der Kongress wurde in Leipzig von Professor Dierk Scheinert vom Parkkrankenhaus Leipzig entwickelt und inzwischen auch nach Asien exportiert. Zwei Monate nach der Leipziger Veranstaltung findet der LINC Asia-Pacific vom 18. bis 20. März in Hongkong statt.

Auch wenn die eingesetzten Techniken und die weltweite Live-Vernetzung noch futuristisch anmuten – der Benefit ihres Einsatzes bleibt doch ganz real.

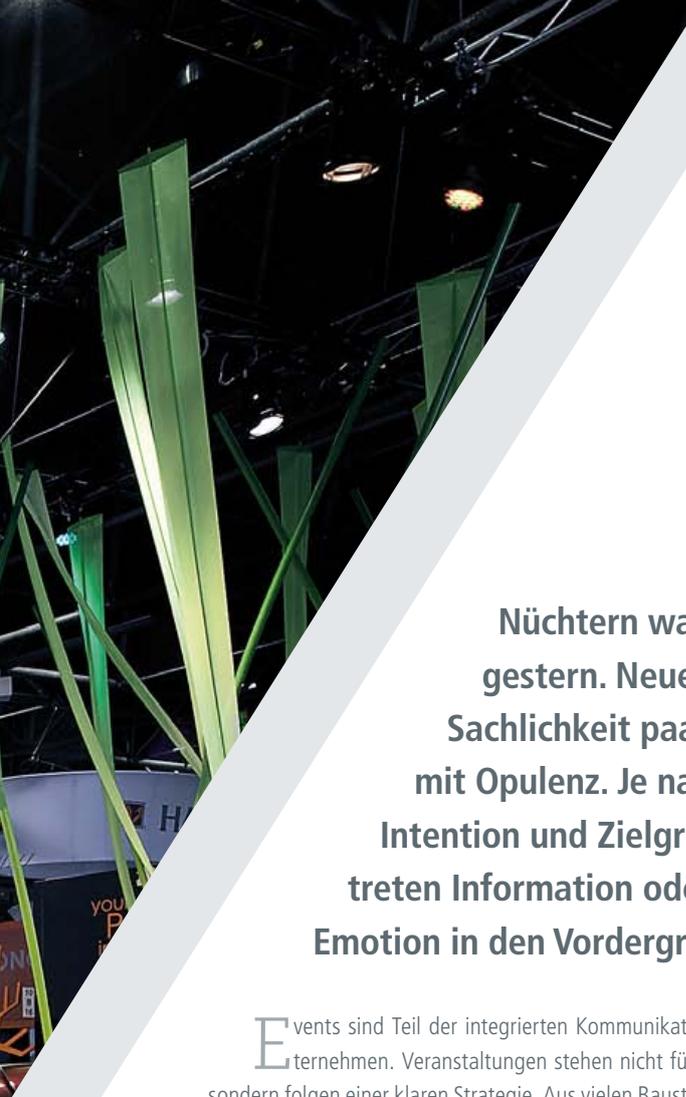
www.leipzig-interventional-course.de



EVENTS
IN LEIPZIG



Die Kunst, bleibende
Eindrücke zu schaffen



**Nüchtern war
gestern. Neue
Sachlichkeit paart sich
mit Opulenz. Je nach
Intention und Zielgruppe
treten Information oder
Emotion in den Vordergrund.**

Events sind Teil der integrierten Kommunikation von Unternehmen. Veranstaltungen stehen nicht für sich allein, sondern folgen einer klaren Strategie. Aus vielen Bausteinen – vom Konzept über Deko und Catering bis zum Erinnerungsgeschenk – setzt sich das „Gesamtwerk“ zusammen.

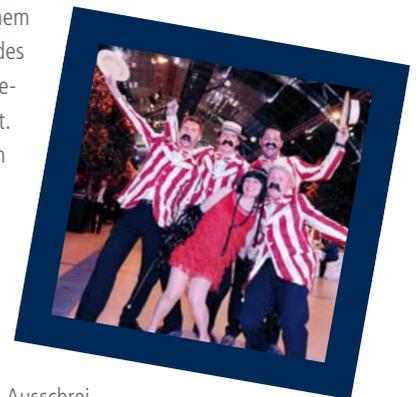
„Events unterwerfen sich zunehmend der Firmenphilosophie, sind ein bedeutendes Element der Markenpflege“, beobachtet Dirk Deumeland, Prokurist der FAIRNET Gesellschaft für Messe-, Ausstellungs- und Veranstaltungsservice mbH, eine Tochter der Leipziger Messe. Gerade bei Corporate Events steige die Qualität und es werde wieder mehr investiert.

GLANZVOLLE INSZENIERUNGEN

Ganz oder gar nicht – so lautet inzwischen die Devise vieler Unternehmen. „Events müssen heute alle Sinne ansprechen. Sehr beliebt ist es, solche Veranstaltungen unter ein länder- oder fachspezifisches Motto zu stellen beziehungsweise ganz fantastische Welten zu kreieren“, berichtet Deumeland. Dies werde konsequent umgesetzt, vom Tischschmuck bis zum Outfit des Personals. „Besonders gelungen ist uns zum Beispiel eine Gangster-Party im Stil der 1920er-Jahre für die 1.500 wichtigsten Einkäufer im internationalen Kongressgeschäft. Nicht nur Einlass, Kellner und Catering schienen direkt aus einem Club der damaligen Zeit zu stammen, sogar das Publikum war entsprechend gestylt.“ Ähnlich ambitioniert seien die Festabende des International Transport Forums, bei dem sich jährlich Verkehrsminister und Branchenexperten aus über 50 Ländern treffen. In der Glashalle oder in der Leipziger Oper werde das Partnerland jeweils eindrucksvoll inszeniert.

INS SCHWARZE TREFFEN

Moderne Events schaffen ein interaktives Miteinander. Es geht nicht (nur) um Konsum, sondern darum, den Gast zur Kommunikation einzuladen. „Am Anfang steht eine klare Zieldefinition. Welche Inhalte sollen vermittelt, wer soll überzeugt werden und welcher Weg ist dafür geeignet. Erst wenn die Roadmap steht, werden Eventstrategie und Umsetzung entwickelt“, betont Dirk Deumeland. Nur so ließen sich messbare Ergebnisse erzielen. Dabei zähle eine passgenaue und ausgefeilte Ansprache der Zielgruppe mehr als die Höhe der Investition. „Als Partner des Projektes versetzen wir uns in den Kunden hinein, um mit ihm punktgenaue Konzepte zu erarbeiten“, sagt er. Diese müssten auch unbedingt eine professionelle Nachbereitung enthalten. Wer nicht wolle, dass der Aufwand verpufft, müsse die Interaktion mit den Gästen aufrechterhalten: „Das kann ein Internetlink zu einem professionellen Fotoalbum des Abends sein, das die Erinnerung wieder aufleben lässt. Ausgesuchte VIPs erhalten ihre individuellen Bilder zum Beispiel per Post.“



**NACHHALTIG
HOCHWERTIG**

„Die großen europaweiten Ausschreibungen fragen neben dem Preis-Leistungs-Verhältnis zugleich ‚weiche Faktoren‘ wie die Nachhaltigkeit ab. Aber auch die Firmenphilosophie beim Umgang mit den Mitarbeitern oder die Tariftreue können mitentscheidend sein. Deshalb haben wir uns mit dem Siegel ‚Sustainable Company powered by FAMAB‘ zertifizieren lassen“, so Dirk Deumeland.



WACHSTUMSBEREICH EVENT

In den kommenden fünf Jahren werde die FAIRNET den Bereich Event und Eventmarketing ausbauen. Der Anteil am Firmengeschäft werde in diesem Zeitraum von 7 auf 15 bis 20 Prozent steigen und der Umsatz von rund einer Million auf etwa 2,5 bis 3 Millionen Euro.

www.fairnet.de



Die Wegbereiter

Die Unternehmensgruppe Leipziger Messe

- betreibt mehr als 20 Auslandsbüros,
- kooperiert im Ausland mit Messeveranstaltern und führt eigene Messen durch,
- organisiert nationale Gemeinschaftsstände auf Auslands-messen.

Lohnt sich eine Messe im Ausland? Die Frage ist nicht ob, sondern wie! Die Leipziger Messe International (LMI) baut Brücken für Unternehmen, die neue Märkte suchen.

Messen sind der direkte Weg, Kunden anzusprechen. Auch im Ausland gibt es kaum eine effizientere Methode, Märkte zu testen, Kunden zu finden – und zu gewinnen. Aber: Manch ein Unternehmer zögert beim Blick über die Ländergrenzen. Sprachprobleme, fehlende Ortskenntnis oder die Angst vor unbekanntem Kosten scheinen hohe Hürden zu sein. Abhilfe bieten Dienstleister wie die Leipziger Messe International GmbH (LMI). Sie empfehlen geeignete Veranstaltungen, kümmern sich um Zoll und Visa, um die Standbetreuung, Übersetzungen und den Service vor Ort.

Matthias Rose, General Manager der LMI, fasst das Credo der LMI zusammen: „Unser Ziel ist es, den Kunden immer die optimale Messe am richtigen Ort, zur rechten Zeit und genau im richtigen Markt zu bieten.“ Dafür arbeitet die LMI mit Branchenverbänden zusammen und geht Kooperationen mit ausländischen Messeveranstaltern ein. Am stärksten ist die LMI in Mittel- und Osteuropa verankert sowie in China und Südostasien. Als Tochtergesellschaft der Leipziger Messe profitiert sie vom Know-how der rund 40 Fach- und Publikums-messen am heimischen Standort. In Russland veranstaltet die LMI auch eigene Messen wie die denkmal Moskau.

LEIPZIG
WELTWEIT

EINSTIEG IN NEUE MÄRKTE

Für kleine und mittlere Firmen sind offizielle Gemeinschaftsstände eine besonders effiziente Form der Messebeteiligung. Auch unerfahrene Aussteller bekommen hier einen schnellen Einblick und Zugang in neue Märkte, wobei sich Aufwand und Kosten in Grenzen halten. Basisleistungen wie Standbau, Besprechungsräume, Internet und Catering sind hier schon inklusive. Auftraggeber der deutschen Gemeinschaftsbeteiligungen sind in der Regel Bundes- oder Landesministerien. Als Durchführungsgesellschaft ist die LMI jährlich auf etwa 25 Messen in offiziellem deutschem Auftrag unterwegs. Die Aussteller genießen den Komplettservice mit deutschem Qualitätsanspruch und profitieren zusätzlich von großzügiger staatlicher Förderung. Ein weiterer Vorteil: Der Ansprechpartner für den Aussteller kommt aus Deutschland.



USA, Argentinien, Frankreich, Russland, Ukraine, Indien, China – auf der Weltkarte der LMI sind die Präsenz-Fähnchen weit verteilt. Seit 2011 steckt auch eine Fahne in Luanda, der Hauptstadt Angolas. Das afrikanische Land wartet derzeit mit dem größten Wirtschaftswachstum seines Kontinentes auf. Die LMI betreute schon mehrfach den deutschen Gemeinschaftsstand auf der FILDA, der wichtigsten Industriemesse des Landes.

Ein besonderes Branchen-Know-how besitzt die LMI in den Bereichen Medizin, Bauen, Maschinenbau, Zulieferindustrie und Konsumgüter. Die Verankerung in der Unternehmensgruppe Leipziger Messe ist nicht nur eine Top-Referenz für den Dienstleister LMI, sondern garantiert zuverlässige Netzwerke. Zum Beispiel ist Leipzig Austragungsort der Weltleitmesse OTWorld – ORTHOPÄDIE + REHA-TECHNIK, in enger Kooperation mit dem Bundesinnungsverband für Orthopädie-Technik. Die Ausstellung für ihren nächsten Weltkongress, der 2013 im indischen Hyderabad stattfindet, bereitet die International Society for Prosthetics and Orthotics (ISPO) in Zusammenarbeit mit dem Projektteam der Leipziger Messe und der LMI vor.

In den vergangenen fünf Jahren war die LMI auf über 130 Messen in 26 Ländern unterwegs, im Auftrag von rund 2.200 Ausstellern.



WELTWEIT UNTERWEGS

Russische Perspektiven

Die Messe denkmal findet alle zwei Jahre in Leipzig statt – und in den Zwischenjahren in Moskau. Das Moskauer Institut zur Restaurierung von Bau- und Kulturdenkmälern „SpezProjektRestavrazija“ stellt auf beiden Messen aus. „Warum?“, fragten wir Institutsleiter Alexander G. Jelfimov.

- Die denkmal ist die führende Messe Europas im Bereich Restaurierung. Hier treffe ich potenzielle Kunden und Partner. Daraus ergeben sich neue Verträge und Kooperationen; zum Beispiel haben wir eine Firma für das Laser-Scannen gefunden. Ginge es nach mir, könnten die beiden denkmal-Messen jedes Jahr stattfinden, Moskau im Frühjahr, Leipzig im Herbst ...

Ihr Institut, das zum Kulturministerium gehört, engagiert sich seit 35 Jahren für die Restaurierung von Bau- und Kulturdenkmälern. Welche Fortschritte sehen Sie?

- Wir haben Dokumentationen für über 1.000 Denkmäler erstellt. Dabei projektieren wir nicht nur die Restaurierung, sondern auch die moderne Nutzung. Unsere größten Projekte waren bisher das Auferstehungstor am Roten Platz, das Historische Museum und der Ostankino Hof in Moskau, die Güter Archangelskoje und Ostafjewo nahe Moskau sowie die Kasaner Kathedrale in St. Petersburg.

Wo bewegt sich am meisten in Ihrer Branche?

- Den größten Fortschritt sehe ich in der Einrichtung von Denkmalschutz-zonen und in der Restaurierung kultureller Denkmalgebäude.

Welche Chancen haben deutsche Firmen in der russischen Denkmalpflege und Restaurierung?

- Potenzial bietet der russische Markt vor allem bei Baustoffen und Technologien, und das in großer Menge.

Sie nutzen Messen gezielt, um Ihre Netzwerke und Kontakte auszuweiten. Sind Sie darin ein Einzelkämpfer oder gehen russische Firmen Ihrer Branche generell so effizient mit Messen um?

- Wir haben einen „Klub der Teilnehmer an Restaurierungsmessen“ gegründet. Im Laufe des Jahres findet nicht nur die denkmal statt. Es gibt auch Ausstellungen in Moskau, St. Petersburg und im italienischen Ferrara. Unser Klub erlaubt

es, zwischen den Veranstaltungen Kontakte zu pflegen, uns mit den ausstellenden Unternehmen professionell auf Messen vorzubereiten, auch hinsichtlich des Personals, das am Stand arbeitet. Wir werten gemeinsam unsere Messeergebnisse aus, planen Projekte wie eine föderale Ausstellung mit dem Ziel, das Niveau der Restaurierung zu erhöhen und die Qualität der Dokumentationen zur Projektierung zu verbessern.



Deutsche Bundesbeteiligungen 2013.

Kontakt und Anmeldung: +49 341 678-7900

ISPO, Hyderabad (Indien)
Orthopädie-Technik 04.02. – 07.02.2013

YugBuild, Krasnodar (Russland)
Baustoffe, Baumaschinen 27.02. – 02.03.2013

ISF 2013 (Spring), Tokio (Japan)
Schuhe 26.03. – 28.03.2013

BIO, Chicago (USA)
Biotechnologie 22.04. – 25.04.2013

AGRO, Kiew (Ukraine)
Landwirtschaft, Technik, Tierzucht 01.06.2013

German Dental Symposium, Shenzhen (China)
Dentalmedizin 03.06. – 05.06.2013

FILDA 2013, Luanda (Angola)
Industriegüter, Konsumgüter 16.07. – 21.07.2013

Flowers, Moskau (Russland)
Gartenbau 28.08. – 31.08.2013

denkmal, Moskau (Russland)
Restaurierung, Museumstechnik September 2013

The Green Expo, Mexico-City (Mexiko)
Umwelt, Energie September 2013

DenTech, Shanghai (China)
Dentalmedizin 23.10. – 26.10.2013

(Auszug)



Service to go

Die Leipziger Messe ist da, wo ihre Kunden sind – nicht nur in Leipzig.

Eine Messe in München, eine Roadshow in Hessen, ein Showroom in Düsseldorf oder Standbau in Abu Dhabi – hinter allem stecken Firmen der Leipziger-Messe-Gruppe. Deren Kunden bekommen jede Dienstleistung an jedem Ort, wo sie sich präsentieren wollen – nicht nur in Leipzig.

Für den Weltmarktführer Mazak konzipiert und baut die Tochtergesellschaft FAIRNET Messestände. Als der Maschinenbauer seine Technologiezentren in Düsseldorf und Leipzig eröffnete, setzte er auf das bewährte Team, ließ FAIRNET beide Showrooms ausstatten und die Grand Openings ausrichten.

Auf Tourismussen betreut FAIRNET unter anderem die TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH. TMB wirbt aber auch mit Roadshows für ihre schönsten Reiseziele, 2012 zum Beispiel in Wiesbaden und Mainz. Projektpartner war erneut die FAIRNET, die ihr Know-how kreativ für das Outdoor-Konzept umsetzte.

LEIPZIGER NETZWERK

Zur Fachmesse AMICOM wurde den Ausstellern 2012 eine Roadshow angeboten, um über Leipzig hinaus weitere Fachhändler an vier Standorten zu erreichen – vom deutschen Norden bis tief in den Süden. Das Komplettpaket „AMICOM on Tour“ umfasste alle vier Präsentationen inklusive Transport, Auf- und Abbau der Exponate. Die Aussteller konnten ihre Reichweite damit äußerst effizient vergrößern.

Messen veranstaltet die Leipziger Messe ebenfalls an verschiedenen Standorten, auch außerhalb von Leipzig. Die CosmeticBusiness in München gehört dazu ebenso wie die denkmal Moskau. Für die Kunden gilt das gleiche Service-spektrum wie in Leipzig.



Kleiner Fuß Kongresse werden grün

Substanz statt Make-up: In Deutschland wurde Nachhaltigkeit nicht nur erfunden¹, sondern hier werden nachhaltige Geschäftspraktiken auch gelebt.

¹ Das Konzept „nachhaltende Nutzung“ wurde vom sächsischen Oberberghauptmann Hans Carl von Carlowitz in „Sylvicultura Oeconomica“ für die nachhaltige Forstwirtschaft geprägt. Das Buch kam zur Leipziger Ostermesse 1713 auf den Markt.

Das gilt gerade dort, wo sich Business und Fachwelt treffen:

auf Kongressen beispielsweise. Green Meetings sind attraktiv geworden – in Leipzig, in Deutschland und global.

„Nachhaltigkeit ist ganz klar betriebswirtschaftlich getrieben. Für Unternehmen geht es mehr denn je ums Image. Ziel ist es, den ökologischen Fußabdruck so klein wie möglich zu halten und soziale Verantwortung zu zeigen. Selbst sparsamer Ressourcenaufwand wird nur akzeptiert, wenn er einer zukunftsgerichteten Ökonomie entspricht“, betont André Kaldenhoff, Geschäftsbereichsleiter Congress Center Leipzig (CCL). Vor allem öffentliche Ausschreibungen seien sonst nicht mehr zu gewinnen. Dies gelte nicht nur in Deutschland² und Europa. Speziell in den USA könne

² Laut „Meeting- & EventBarometer 2012“ sind 86 Prozent der Veranstaltungsplaner überzeugt, dass die Bedeutung der Green Meetings gleich bleiben oder weiter steigen wird.

dieses Thema niemand ignorieren. Bei politischen Konferenzen – wie dem jährlichen International Transport Forum der OECD in Leipzig – ist eine ökologisch korrekte Ausrichtung inzwischen Standard. Die Zeit der Lippenbekenntnisse sowie des Greenwashings sei definitiv abgelaufen, so Kaldenhoff. Das CCL als Teil der Leipziger Messe und laut Fachmagazin „Business Destinations“ das



Service

**Unternehmensgruppe
Leipziger Messe:**
Alle Leistungen aus einer Hand



Leipziger Messe GmbH
Messe-Allee 1, 04356 Leipzig
Tel.: +49 341 678-0
info@leipziger-messe.de | www.leipziger-messe.de



Congress Center Leipzig
Messe-Allee 1, 04356 Leipzig
Tel.: +49 341 678-8440
info@ccl-leipzig.de | www.ccl-leipzig.de



Leipziger Messe Gastveranstaltungen GmbH
Messe-Allee 1, 04356 Leipzig
Tel.: +49 341 678-7650
info@leipzig-gastveranstaltungen.de |
www.leipzig-gastveranstaltungen.de



LMI Leipziger Messe International GmbH
Messe-Allee 1, 04356 Leipzig
Tel.: +49 341 678-7900
info@LM-international.com | www.LM-international.com



FAIRNET Gesellschaft für Messe-, Ausstellungs-
und Veranstaltungsservice mbH
Messe-Allee 1, 04356 Leipzig
Tel.: +49 341 678-8470
office@fairnet.de | www.fairnet.de



fairgourmet GmbH
Seehausener Allee 2, 04356 Leipzig
Tel.: +49 341 678-7000
info@fairgourmet.de | www.fairgourmet.de



MaxicoM GmbH – Euro-Asia Business Center Leipzig
Messe-Allee 2, 04356 Leipzig
Tel.: +49 341 678-2000
info@maxicom.de | www.maxicom.de

IMPRESSUM

Herausgeber: Leipziger Messe GmbH
Redaktion: Abteilung Unternehmenskommunikation
(Heike Fischer, Lea Mock)
Autoren: Leipziger Messe, MinneMedia, Cathrin Günzel
Layout/Gestaltung: MinneMedia Werbeagentur, Leipzig/Dresden
Fotos: Leipziger Messe, Leipzig Tourismus und Marketing GmbH/Andreas
Schmidt, Dirk Brzoska, Thomas Rötting, WorldSkills International, MinneMedia

abdruck



beste Kongresszentrum 2012 erkannte diese Herausforderung sehr früh. Schon 2009 ließ sich die Leipziger Messe – und damit auch das CCL – als erste deutsche Messgesellschaft mit dem international anerkannten Green-Globe-Siegel zertifizieren. „Absoluten Willen zur Transparenz sowie Respekt vor unseren Mitarbeitern und Partnern zeigt auch unsere Unterschrift unter den neuen Nachhaltigkeitskodex ‚fairpflichtet‘ der Veranstaltungswirtschaft“, so der CCL-Chef.

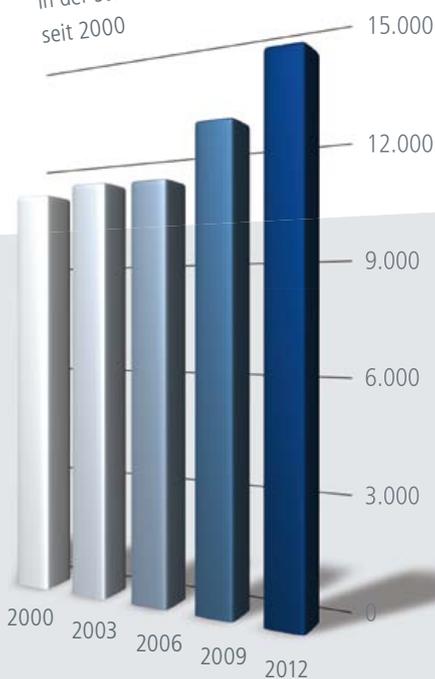
Für Furore rund um den Globus habe das Projekt Green Traffic gesorgt, realisiert vom CCL zum 50. Weltkongress der International Congress & Convention Association (ICCA) 2011. Erstmals in der Geschichte des Dachverbands der globalen Kongress- und Meeting-Industrie wurde der Transport der Teilnehmer zwischen Hotels und Kongresszentrum mit öffentlichen Verkehrsmitteln organisiert. Auszubildende der Leipziger Messe, deren Tochterunternehmen fairgourmet sowie der LAB Leipziger Aus- und Weiterbildungsbetriebe (Unternehmensgruppe Leipziger Verkehrsbetriebe) in unübersehbaren grünen Anoraks übernahmen dafür die Verantwortung. „Dies wird von der Tagungsbranche als Best-Practice-Beispiel³ erkannt. Wir werden weltweit eingeladen, um unsere Erfahrungen weiterzugeben. Das Feedback: Tram ist sexy“, schmunzelt André Kaldenhoff.

www.ccl-leipzig.de

³ „Dear ICCA colleagues in Germany, I'm writing to say how tremendously impressed I was by the Green Transport initiative that was organised for our delegates at the recent 2011 ICCA Congress in Leipzig. The involvement of local young people, the creative way in which the logistics were reorganised and incorporated into the citywide welcome, and the marketing that ensured nearly all our delegates made use of public transport throughout the Congress: all of these elements were really great and made this one of the most sustainable events that ICCA has ever organized ... Yours sincerely, Arnaldo Nardone, ICCA President“

Hohe Hoteldichte in Leipzigs
guter Stube: 24 Hotels aller
Kategorien in der Innenstadt
(Umkreis 1 km)

Quelle: Statistisches Landesamt Sachsen
Zuwachs der Hotelbetten
in der Stadt Leipzig
seit 2000



2013 in neuem Glanz –
das frisch sanierte
Völkerschlachtdenkmal



Einladendes Leipzig

Es gibt viele Gründe, um die Messestadt 2013 zu besuchen.
Drei davon sind hier aufgeführt.

Entspannt schlafen – entspannt buchen

LEIPZIGS HOTELANGEBOT MACHT DIE WAHL SCHWER, DER KUNDENSERVICE DER LEIPZIGER MESSE MACHT SIE LEICHT

In die Leipziger Hotelinfrastruktur wird ungebrochen investiert. Hotelöffnungen wie die des exklusiven Steigenberger Grandhotels Handelshof lassen die Bettenzahl in der Messestadt in die Höhe klettern (siehe Grafik). Acht weitere Hotels in verschiedenen Preiskategorien mit über 1.000 neuen Betten in der Innenstadt sind bereits in der Planungs- oder Bauphase. Leipzig besitzt hinsichtlich Anzahl und Preisstaffelung eine überdurchschnittliche Hoteldichte, die auch während stark frequentierter Messen und großer Events jedem Besucher ein Hotelzimmer bieten kann, das seinen Vorstellungen entspricht. Vom gehobenen

Standard eines 5-Sterne-Superior-Hotels Fürstenhof bis zur günstigen, modernen Unterkunft in einem Motel One ist alles in Leipzigs Innenstadt vorhanden, was eine ruhige Nacht und einen ausgeschlafenen nächsten Tag garantiert.

Außenstehende verlieren bei diesem Angebot schnell den Überblick, nicht jedoch die Gäste der Leipziger Messe. Deren Kundenservice kennt die Hotelszene im Schlaf. Für Aussteller und Besucher der Leipziger Messe vermittelt er auch kurzfristig passende Zimmer. Über 25.000 Hotelübernachtungen wurden so im Jahr 2012 vom Serviceteam der Leipziger Messe koordiniert. Probieren Sie bei Ihrer nächsten Geschäftsreise nach Leipzig diesen Service aus: **+49 341 678-8971**

☑ www.leipziger-messe.de/service-unterkunft



200 Jahre Völkerschlacht

EIN EUROPÄISCHES EREIGNIS FEIERT JUBILÄUM

Der 18. Oktober 1813 leitete das Ende der napoleonischen Herrschaft über halb Europa ein und hat zweifelsohne das Gesicht des Kontinents stark geprägt. Vorangegangen war eine dreitägige Schlacht in den Vororten von Leipzig mit etwa 100.000 Toten auf beiden Seiten. Als Völkerschlacht bei Leipzig sollte sie als größte Schlacht vor dem Ersten Weltkrieg in die Geschichte eingehen.

Genau 100 Jahre nach dem Sieg der Alliierten wurde am 18. Oktober 1913 auf dem ehemaligen Schlachtfeld das Völkerschlachtdenkmal eingeweiht. Europas größtes Denkmal prägt seither als Wahrzeichen Leipzigs Silhouette.

Seit 2003 wird das Denkmal aufwendig saniert und präsentiert sich im Jubiläumsjahr in frischem Glanz. Eine neue Ausstellung, die seit Kurzem zugänglichen Fundamente, ein neuer komfortabler Fahrstuhl sowie eine fabelhafte Aussicht auf Leipzig locken 2013 an die historisch bedeutende Stätte.

☑ www.voelkerschlacht-jubilaeum.de

ZU GAST
IN LEIPZIG



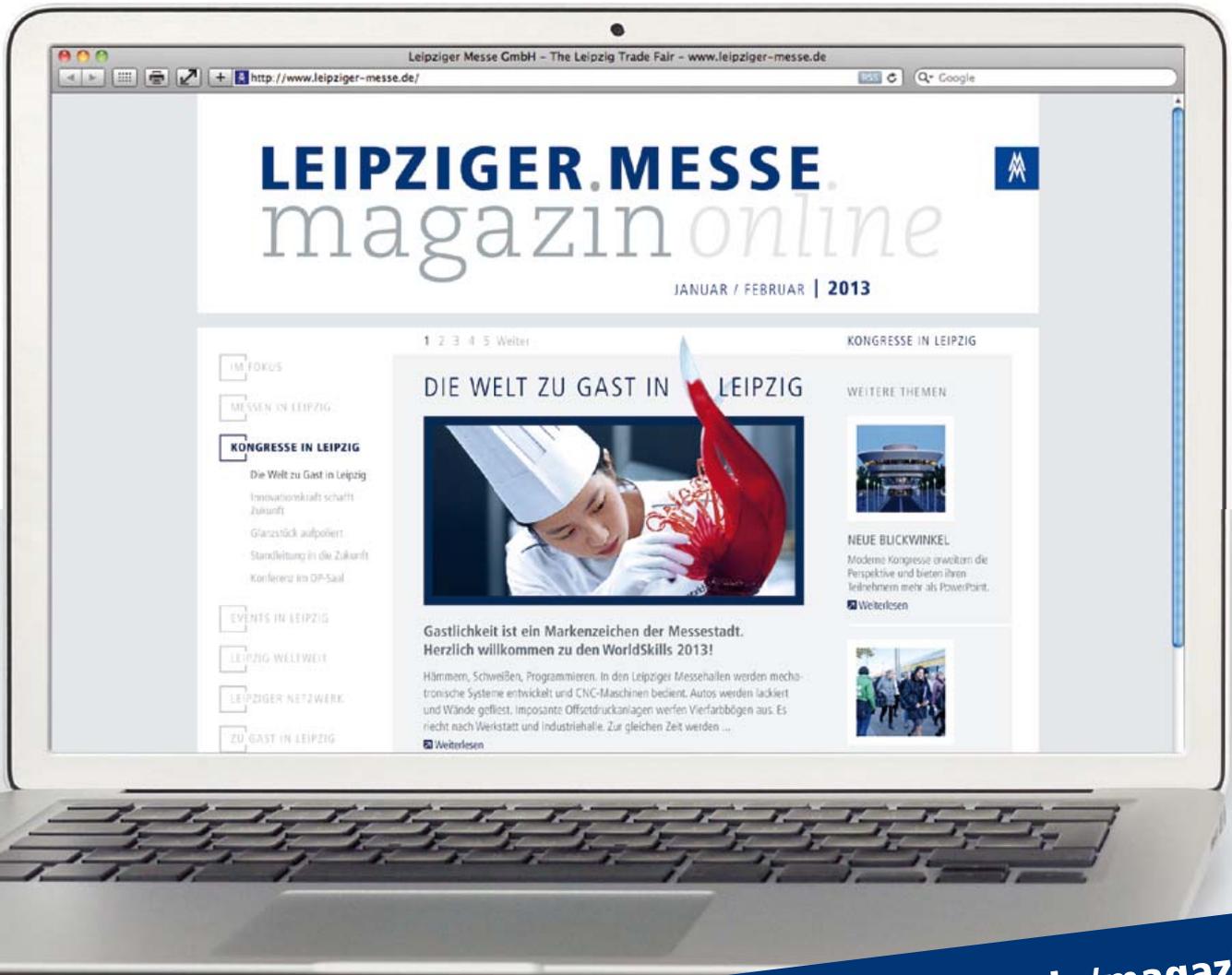
Der Coffe Baum
inmitten Leipzigs
Kneipenmeile Bar-
fußgässchen/Kleine
Fleischergasse

Willkommen bei den Kaffeesachsen

ZUM ARABISCHEN COFFE BAUM – DEUTSCHLANDS ÄLTESTES KAFFEEHAUS LÄDT EIN

Das Haus „Zum Arabischen Coffe Baum“ mit seiner prächtigen Portalplastik ist Europas zweitältestes Kaffeehaus, das seit dem 18. Jahrhundert durchgängig betrieben wurde. Ein Nationaldenkmal in Sachen Kaffee, das mit drei Cafés auf einer Etage aufwarten kann und Deutschlands einziges Kaffeemuseum beherbergt. Wem der Sinn nicht nach Kaffee steht, kann sich in einem der beiden Restaurants ein gutes Bier zapfen lassen und vorzüglich speisen.

☑ www.coffe-baum.de



www.leipziger-messe.de/magazin

Besuchen Sie uns im Internet!

Das *Leipziger Messe Magazin online* informiert Sie über Neuigkeiten aus der Messe-, Kongress- und Eventbranche

Mit dieser ersten Ausgabe des neuen Leipziger Messe Magazins startet auch das Online-Pendant. Um auf dem Laufenden zu bleiben, besuchen Sie uns online und abonnieren Sie den Newsletter. Er weist Sie alle drei Monate mit den wichtigsten News auf das aktualisierte Internetportal hin.

Die Printausgabe des Messe Magazins erscheint einmal im Jahr, jeweils zu Jahresbeginn. Wir freuen uns auf Ihr Feedback! Bitte nutzen Sie dafür die E-Mail-Funktion auf der Website

www.leipziger-messe.de/magazin



Leipziger Messe GmbH
PF 10 07 20, 04007 Leipzig / Messe-Allee 1, 04356 Leipzig / Germany
Tel.: +49 341 678-0, Fax: +49 341 678-8762
info@leipziger-messe.de, www.leipziger-messe.de