

SEITE **04**

TITELTHEMA

EVENT ALS STRATEGIE

Publikummessen verstärken den Erlebnisfaktor. Als emotionale Bühne für Marken und Produkte schaffen Events ein positives Lebensgefühl

SEITE **10**

TREND

SPÜRBAR NACHHALTIG:
WIRTSCHAFTEN
MIT WEITSICHT

SEITE **12**

MESSEN

VORREITER DER
E-MOBILITÄT

SEITE **15**

LEIPZIGER SERVICE

NAH AM KUNDEN,
NAH AM MARKT

SEITE **16**

KONGRESSE

DESTINATION MIT
ANZIEHUNGSKRAFT

Standpunkte

Vorteil integrierter Messeveranstalter: Mehr als die Summe seiner Teile



Nach unserem Verständnis müssen Messegesellschaften heute mehr bieten als den Verkauf von Quadratmetern, Strom- und Wasseranschlüssen. Ein konsequenter Perspektivenwechsel ist gefragt.

Wir schauen aus dem Blickwinkel unserer Kunden auf unsere Veranstaltungen. Nur so können wir die hohen Erwartungen und Ziele unserer Aussteller erfüllen. Mit flexiblen Bausteinen konfigurieren wir ein

Gesamtprodukt – vom Veranstaltungskonzept über das Standdesign, das Catering bis zur Hospitalityleistung. In der zielgruppengenaue, kreativen und intelligenten Kombination von Einzelleistungen liegt der Mehrwert. Darüber hinaus verstehen wir uns als kompetenter Partner für die Entwicklung und den Ausbau zukunftsträchtiger Veranstaltungsformate. Diese Leistungsvielfalt für Messen, Kongresse oder Events erbringen wir

nicht nur in Leipzig, sondern auch an anderen nationalen und internationalen Standorten.

Als Messegesellschaft tauchen wir immer tiefer in die Denkweise unserer Aussteller ein. Wir betrachten ein Projekt so, wie es deren Marketing- oder Kommunikationsabteilung tun würde. Auf Wunsch übernehmen wir Agentur- und Consultingfunktionen – koordiniert von einem zentralen, kompetenten Ansprechpartner mit Branchenexpertise. Das vermeidet Reibungsverluste und unsere Kunden können sich auf ihr Kerngeschäft konzentrieren.

Ihr

Martin Buhl-Wagner

Sprecher der Geschäftsführung

Nachhaltigkeit als Unternehmensprinzip

Ehrlich währt am längsten. Wer „nachhaltig“ sagt, muss dies auch meinen. Lippenbekenntnisse entzaubern sich mit der Zeit selbst. Unabhängige Gutachter sind gefragt, die Stärken und Schwächen analysieren. Deshalb haben wir uns für das internationale Green-Globe-Siegel entschieden, welches im Zweijahresrhythmus erneuert werden muss. Wir waren die erste größere deutsche Messegesellschaft, die das Thema Nachhaltigkeit auf ihre Agenda gesetzt hat und konsequent daran weiterarbeitet. So haben wir gerade die dritte Auditierung erfolgreich bestanden. Das schärft den Blick für Unternehmensprozesse, die nicht auf Umweltschutz beschränkt sind. Denn nachhaltige Entwicklung ist ökologisch, sozial und ökonomisch zugleich.

Eine weitverbreitete Definition geht auf den „Brundtland-Bericht“ an die Vereinten Nationen von 1987 zurück. Dieser bezieht die Verantwortung für künftige Generationen bewusst ein. Die Wurzel des Nachhaltigkeitsterminus allerdings liegt bei uns in Sachsen, wo Oberberghauptmann Hans Carl von Carlowitz vor 300 Jahren das Konzept „nachhaltende



Nutzung“ prägte. Inzwischen wird nachhaltige Unternehmensführung für unsere Branche immer bedeutsamer. Dies offenbart zum Beispiel die 2013 vom GCB German Convention Bureau e.V. herausgegebene Studie „Tagung und Kongress der Zukunft“: Die Mehrheit der Befragten geht davon aus, dass „Nachhaltigkeit relevant, ja sogar existenziell relevant bleibt“.

Ihr

Markus Geisenberger

Geschäftsführer

INHALT

LEIPZIGER.MESSE

magazin 2014

2 STANDPUNKTE

Martin Buhl-Wagner,
Sprecher der Geschäftsführung;
Markus Geisenberger, Geschäftsführer



TITELTHEMA

4 EVENT ALS STRATEGIE

Publikumsessen verstärken den
Erlebnissfaktor. Als emotionale Bühne
für Marken und Produkte schaffen
Events ein positives Lebensgefühl

6 BUSINESSPARTY: ATMOSPHÄRE ZÄHLT

Die Aussteller- oder Kongressparty –
wichtiges Element in der
Veranstaltungs-dramaturgie

7 DAS PERFEKTE OUTFIT FÜR MESSE-EVENTS

Hier spielt die Musik – Messeauftritte
setzen auf die emotionale Ansprache
von Besuchern

DER RAHMEN MACHT'S

Für Firmen-Events bietet die Leipziger
Messe flexible Raumkonzepte
und maßgeschneiderten Service

8 ERLEBEN SIE WAS IN HALLE:EINS

Die Leipziger Messe setzt neue
Maßstäbe für Eventformate

9 LUST AUF MEHR?

Events auf der Leipziger Messe –
Mitmachen erwünscht

TREND

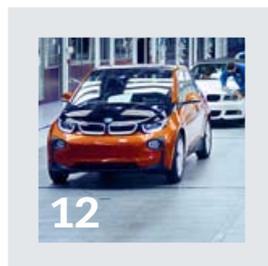
10 SPÜRBAR NACHHALTIG: WIRTSCHAFTEN MIT WEITSICHT

Denken an morgen wird
von der Kür zur Pflicht

MESSEN

12 VORREITER DER E-MOBILITÄT

In Leipzig und ganz Sachsen
werden mobile Visionen Wirklichkeit



13 WENN AUS NISCHEN MÄRKTE WERDEN

Die Leipziger Messe investiert
in Themen mit Potenzial

TIERISCH GUTE MESSEN

Vierbeiner erleben besonderen Service

LEIPZIGER SERVICE

14 ERFOLG GEHT DURCH DEN MAGEN

An ein gut organisiertes und leckeres
Catering erinnern sich Besucher gern

SERVICE MIT WOHLFÜHLGARANTIE

Die Leipziger Messe überzeugt mit
maßgeschneiderten Lösungen

15 NAH AM KUNDEN, NAH AM MARKT

Von Leipzig in die Welt



KONGRESSE

16 DESTINATION MIT ANZIEHUNGSKRAFT

Internationale Glaubensgemeinschaften
schätzen Leipzig als Tagungsort

17 BOTSCHAFTER DER WISSENSCHAFT

Bei der Bewerbung um hochka-
rätige Kongresse arbeitet das
CCL erfolgreich mit renommierten
Leipziger Forschern zusammen

DESTINATION LEIPZIG

18 GLOBALLY YOURS

Turkish Airlines und
die Leipziger Messe –
eine starke Partnerschaft



ZU GAST IN LEIPZIG

20 VOLLES PROGRAMM!

Leipzig liebt Kultur. Ob Musik, Malerei,
Film, Kabarett, Theater oder Tanz –
zahlreiche Highlights zieren das Programm

21 KUNSTERLEBNIS INKLUSIVE

Auf der Leipziger Messe sind
hochkarätige zeitgenössische
Meisterwerke zu entdecken

22 EINE STADT FÜR DIE MESSE

2015 wird die Leipziger Messe
850 Jahre alt

DER MIT DEM GLOBUSKOPF

Das Messemännchen
feiert 50. Geburtstag

23 GÄSTE VERWÖHNEN

Leipzigs Hoteliers wissen, was
Businessreisende lieben: Top-
Service zu akzeptablen Preisen

GASTRO-TIPP

Im Barfußgässchen treffen
Gourmets auf Nachtschwärmer

Event als Strategie

Publikummessen verstärken den Erlebnismoment. Als emotionale Bühne für Marken und Produkte schaffen Events ein positives Lebensgefühl

Meeples-Meeting in Leipzig. 99 Metallfiguren aus dem Brettspielklassiker „Carcassonne“ hatte die modell-hobby-spiel gemeinsam mit zwei Spielverlagen auf Welttournee geschickt. Ihre Mission: Möglichst viele sollten bis zum Start von Europas größter Messe für Modellbau, Modelleisenbahn, kreatives Gestalten und Spiel im Oktober 2013 den Weg in die Messestadt finden. Versehen mit einem Code, wurden die kleinen Männchen als „Travelbugs“ („Reisewanzen“) begehrte Objekte für moderne Schatzsucher, „Geocacher“ genannt. GPS-gesteuert ließen diese die Meeples sechs Monate von Versteck zu Versteck – den „Caches“ – wandern. Die Figürchen

tauchten in Ecuador auf, in den USA, Südfrankreich, Großbritannien, China... Insgesamt legten die Meeples 361.500 Kilometer zurück. 14 schafften es rechtzeitig zum Treffen auf das Leipziger Messegelände. Die Reiserouten der anderen konnten die Besucher der modell-hobby-spiel auf einer Landkarte verfolgen. Eine umfangreiche Kommunikation seitens der Leipziger Messe und der beteiligten Aussteller begleitete die Aktion – verstärkt durch den viralen Effekt zahlreicher Kommentare in den internationalen Communitys der Geocacher. Mit solch wirkungsvollen Events definieren sich Publikumsmessen zunehmend als Teil

der Freizeitgestaltung und weiten ihre Zielgruppen aus. Für Hersteller liegt der Mehrwert in einer breiter aufgestellten, emotionalen Kundenansprache. Messebegleitende Events haben das Potenzial, die Effizienz eines Messeauftritts zu steigern. Laut Prognose der Branchenstudie „Event-Klima 2012“ im Auftrag des Forums Marketing-Eventagenturen (FME) im FAMAB Verband Direkte Wirtschaftskommunikation e.V. sollen die Etats solcher Vorhaben von 0,53 Milliarden Euro 2013 auf 0,61 Milliarden Euro in 2014 wachsen.



Aufregendes Erlebnis –
Probefahren auf dem Offroad-Parcours der AMI

Entdecken! Testen! Genießen!

Temporäre Erlebniswelten, gepaart mit viel Service rund um die vorgestellten Produkte – darin sehen Publikumsmessen heute ihren Wettbewerbsvorteil. Denn sie konkurrieren mit unzähligen anderen Veranstaltungsformaten, mit Marken-Erlebniszentren („Brand Lands“) sowie ständig verfügbaren Online-Kanälen. Deshalb laden Events die Messen mit ausdrucksstarken Elementen auf. So lebt die Leipziger Buchmesse durch das Lesefestival „Leipzig liest“ an Hunderten Orten in der ganzen Stadt. Die Wassersportmesse Beach & Boat trägt rasante Wettkämpfe auf dem 550 Quadratmeter großen Indoor-Pool aus, lädt zum Schnuppertauchen oder -surfen ein. Bei vielen Publikumsmessen erhöht sich die Zahl der begleitenden Events von Jahr zu Jahr, weil immer mehr Aussteller deren Strahlkraft erkennen: „Die modell-hobby-spiel zum Beispiel bietet während ihrer Messetage

rund 1.000 Mitmachangebote – Tendenz steigend!“, sagt Projektdirektorin Annette Schmeier. Das kommt den Interessen der Messegäste entgegen: Laut modell-hobby-spiel-Besucherbefragung ist es für 70 Prozent aller Besucher wichtig oder sehr wichtig, Anregungen für ihr Hobby zu erhalten.

Entertainment ist Markenkommunikation

Purer Fahrspaß steht im Zentrum der AMI Auto Mobil International – von der „Fahrschule“ für Kinder ab drei Jahren über Einparkwettbewerb und Offroad-Parcours bis zum europaweit einzigartigen Probefahrenangebot. „Rund 16.500-mal nahmen ‚Probepiloten‘ allein bei der letzten AMI 2012 kostenfrei im Cockpit Platz, um die neuesten SUVs, Cabrios, Kleinwagen, Coupés oder E-Mobile über die Straßen rund um Leipzig zu steuern“, berichtet Projektdirektor Matthias Kober. 21 Aussteller stellten dafür 214 Fahrzeuge – über 100 verschiedene Modelle – zur Verfügung. Den Besuchern gefällt das. 2012 vergaben sie dafür die Bestnote 1,4. Damit erschöpft

Perfekt inszeniert –
Modenschau zur
Eröffnung der
DESIGNERS' OPEN auf
der Leipziger Messe



Spektakuläre Stunts
im großen Indoor-Pool der Beach & Boat 2013



sich das Eventportfolio der AMI aber noch lange nicht. Immer bewusster setzt die Messe auf ihren Entertainmentcharakter. Die Produkte werden als Teil der Lebensqualität positioniert und inszeniert. „Wir bedienen vielfältige Interessen und ziehen ebenso jene an, die mehr als eine reine PS-Schau erwarten“, erklärt Matthias Kober. Dies korrespondiere mit den Wünschen der Aussteller: „Immer mehr Unternehmen möchten ein Umfeld kreieren, das die Sinne anspricht. Wir beobachten, dass die Events stringenter in den Gesamtauftritt und die Markenführung eingebunden werden.“ Besonderen Wert lege man auf eine direkte Verbindung zum Auto und ein sympathisches Image. Auf lautstarke Animation werde immer häufiger verzichtet. Fazit: Events beleben das Messegeschäft – das bestätigten rund 80 Prozent der AMI-Aussteller, die dem Rahmenprogramm 2012 „eine unterstützende Wirkung für die Anziehungskraft der Messe“ attestierten.

Dem demografischen Wandel mit Events begegnen

Gesellschaftliche Veränderungen wie der demografische Wandel stellen das Modell der Publikumsmesse auf den Prüfstand und eröffnen zugleich neue Chancen. Bereits heute verschiebe sich die Besucherstruktur „von den jüngeren (bis 30) und mittleren Zielgruppen (31–50) zu den über 50-jährigen“, konstatiert die „B2C-Trendstudie: Perspektiven, Potenziale und Positionierung von Publikumsmessen“ des Lehrstuhls

für Marketingmanagement der HHL Leipzig Graduate School of Management. Diese Tendenz werde sich voraussichtlich bis 2020 verstärken. Darauf reagiert die Leipziger Messe mit verschiedenen Strategien, die auf dem Event als wesentlicher Marketingkomponente basieren.

Um heranwachsende Generationen pointierter anzusprechen und als Publikum von morgen zu gewinnen, findet ab 2014 die Manga-Comic-Convention statt. Die eigenständige Veranstaltung im Verbund mit der Leipziger Buchmesse lockt Fans mit Szenestars, japanischer Kultur und Workshops. Traditionelle Verbrauchermessen wie die HAUS-GARTEN-FREIZEIT werten mit ganztägigen Bühnenprogrammen ihre Attraktivität für die gesamte Familie auf. Denn während „Publikumsmessen über die Verkaufsfunktion kaum mehr eine Attraktivitätssteigerung erfahren werden, so sieht es bei der Erlebnis- und Wohlfühlkomponente ganz anders aus“, wie es in der vom Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e.V. (AUMA) 2012 herausgegebenen B2C-Trenduntersuchung heißt. Danach könnten diese Messeformate auch künftig ihre Vorteile als persönliche Begegnungs- und Erlebnisplattformen ausspielen.

Anziehungspunkt für das Publikum von morgen – die Manga-Comic-Convention



www.leipziger-messe.de

Die Aussteller- oder Kongressparty – wichtiges Element in der Veranstaltungsdramaturgie

Businessparty: Atmosphäre zählt

Gute Stimmung
auf der
Messeparty
der OTWorld



Auf dem Catwalk beim
AMI VIP-Abend der Mercedes-Benz Niederlassung Leipzig
(Foto: Mercedes-Benz Niederlassung Leipzig)

Internationaler Abend des VDIK in der beeindruckenden Glashalle (Foto: VDIK)

Auch wenn der Spaß im Mittelpunkt steht, verbirgt sich hinter Messe- oder Kongresspartys geschäftliches Kalkül. Das Event verbindet Unterhaltung und Business auf angenehme Weise. Die Teilnehmer schätzen das ungezwungene Feeling unter Gleichgesinnten. Oft ist der Abend fest in die Gesamtdramaturgie der Veranstaltung integriert – als Warm-up, Bergfest, kulturelles Glanzlicht oder krönender Abschluss. Zwei Faktoren entscheiden maßgeblich über den Erfolg: die stimmungsvolle Location und das Buffet.

„Die Party der Jungen Verlage findet seit 2008 an spannenden Orten statt, zog vom Felsenkeller über die Alte Hauptpost ins Alte Landratsamt. Sie ist das Bergfest der Leipziger Buchmesse und mittlerweile laden jedes Jahr 23 Verlage ein. Wichtig ist, dass die Location leicht erreichbar ist, bis zu 1.700 Leute auf zwei Floors tanzen können, Platz zum Reden oder für Geschäfte bleibt – und der kreative Spirit der unabhängigen Verlage transportiert wird.“

Irina Kramp,
Inhaberin, Bookingagentur voneinander hören

„Die IDT KongressParty ist ein Höhepunkt des Leipziger Tierärztekongresses und die Moritzbastei ist mit ihrem einmaligen Flair eine ausgezeichnete Location. Das Kellergewölbe bietet ruhige Ecken mit Barcharakter für lockere Gespräche und vielfältige Räume für Live-Musik oder Tanz. Jeder findet ‚seine‘ Atmosphäre – das bestimmt den Erfolg der Party. Deshalb ist sie immer ausgebucht, alle schwärmen davon und die Kartennachfrage übersteigt das Angebot bei Weitem.“

Dr. Gert Barysch,
Geschäftsführer, IDT Biologika GmbH

„Die Messeparty ist eines der Highlights der therapie Leipzig, denn dort können wir besonders gut Kontakte knüpfen oder vertiefen. Der Leipziger Messe ist es immer sehr gut gelungen, eine außergewöhnliche Umgebung zu schaffen – ob im historischen Ambiente der Moritzbastei oder im Variété. Stets herrschte eine angenehme Balance zwischen Gesprächsmöglichkeiten, Showvorführungen oder Musik. Wir sind schon gespannt auf die nächste Party.“

Thomas Lampart,
Geschäftsleitung,
HUR Deutschland GmbH

„Als ideeller Träger der AMI lädt der VDIK seit 1991 führende Persönlichkeiten der Automobilbranche zum Internationalen Abend in die Glashalle ein. Die rund 600 Gäste schätzen sehr, dass das größte Branchen-event des Jahres nach sehr kurzen Begrüßungen durch Bundes- und Landesminister die Plattform bietet für ungezwungenen Gedankenaustausch bei einem herausragenden internationalen Länder-Buffer, ohne Unterbrechung durch Showeinlagen.“

Volker Lange,
Präsident, Verband der Internationalen
Kraftfahrzeughersteller (VDIK)

„Der AMI VIP-Abend ist ein fester Termin in unserem Kalender, den sich unsere Kunden traditionell freihalten. Wir begrüßen etwa 600 Gäste – Mercedes-Benz-Kunden und das ‚Who’s who‘ der Stadt. Der faszinierende Umbau des Messestands gibt dem Abend eine besondere Ausstrahlung. Neben Entertainment-Höhepunkt und gutem Essen steht die Produktpräsentation im Vordergrund. So wurde der GL vor der Deutschlandpremiere exklusiv am Kundenabend gezeigt.“

Alexander Tomescheit,
Direktor, Mercedes-Benz
Niederlassung Leipzig

Das perfekte Outfit für Messe-Events

Hier spielt die Musik – Messeauftritte setzen auf die emotionale Ansprache von Besuchern

Der Auftritt von Wolfgang Joop am Messestand der medi GmbH bei der Leipziger ORTHOPÄDIE + REHA-TECHNIK 2012 war ein echter Hingucker und Besuchermagnet. Joop hatte für den Hersteller medizinischer Hilfsmittel Kompressionsstrümpfe designt und diese persönlich präsentiert. Die überraschende Kombination von Mode und Gesundheit fand sowohl während der Messe als auch medial viel Beachtung. Prominente wie der Stardesigner sind Garanten für Aufmerksamkeit.

Um sich bei Messen vom Wettbewerb abzuheben und das eigene Angebot zu präsentieren, setzen Unternehmen auf mehr als moderne Architekturen und neueste Technik. Potenzielle Kunden und bestehende Geschäftspartner werden nicht

nur zum Anschauen eingeladen, vielmehr treffen sie auf besondere Gäste, werden in interaktive Inszenierungen einbezogen oder erleben emotional ansprechende Auftritte von Künstlern am Messestand.

Bei Timing und Logistik solcher Events vertrauen viele Unternehmen auf den erfahrenen Messedienstleister FAIRNET GmbH, eine Tochtergesellschaft der Leipziger Messe. Für den Auftritt von Renolit bei der Nürnberger Fensterbau-Messe konzipierten und realisierten die Leipziger den Messestand, koordinierten während der Messe die engagierten Künstler und sorgten mit entsprechendem Personal mehrmals täglich für frisches Catering. Eine Messestand-Party mit Live-Musik setzten sie für den Kunststoffrecycler EREMA bei der Düsseldorfer K um. Mehrere Stunden

wurden Kunden und Besucher musikalisch unterhalten und gastronomisch verwöhnt. Mit einer Kombination von Shows und Musik ließ die IVT Installations- und Verbindungstechnik GmbH & Co. KG ihrem Auftritt bei der ISH in Hannover die gemütliche Atmosphäre einer Cafélounge verleihen. Passend dazu gab es Espresso und Kaffee – der perfekte Rahmen für erfolgreiche Gespräche.

www.fairnet.de



Messestand-Party für den Kunststoffrecycler EREMA bei der Düsseldorfer K, inszeniert durch FAIRNET

Der Rahmen macht's

Für Firmen-Events bietet die Leipziger Messe flexible Raumkonzepte und maßgeschneiderten Service

Wenn die SPD zum ordentlichen Bundesparteitag einlädt, erwarten die Mitglieder eine perfekt organisierte Veranstaltung. Politische Ereignisse wie diese stehen medial im Rampenlicht. Nachdem die Partei 2013 bereits ihr 150. Jubiläum in Leipzig gefeiert hatte, veranstaltete sie im November auch den Bundesparteitag an ihrem Gründungs-ort. Mit der Glashalle als eindrucksvoller Kulisse und dem Servicenetzwerk der Leipziger Messe hat die SPD den passenden Rahmen für das Treffen von rund 1.500 Delegierten und 600 Medienvertretern gefunden. Das flexible Raumkonzept mit Sälen, Tagungsräumen und Hallen sowie maßgeschnei-

deten Service nutzen auch zahlreiche Firmen für ihre Veranstaltungen – die Porsche Automobil Holding SE für ihre Jahreshauptversammlung, die Deutsche Bahn für einen Mitarbeiterevent, BMW für Workshops, die Postbank für ihre Betriebsversammlung oder SAP für sein Automotive Forum, Volkswagen für eine Händler-einführung neuer Fahrzeugtypen. Jahr für Jahr lädt auch die Obstand Dürreweitzschen AG zur Aktionärs-versammlung in das Congress Center Leipzig ein.

www.leipzig-gastveranstaltungen.de

Im Herbst 2013 veranstaltete die SPD ihren ordentlichen Bundesparteitag auf der Leipziger Messe



Erleben Sie was in HALLE:EINS

Die Leipziger Messe setzt neue Maßstäbe für Eventformate



Live in HALLE:EINS – große Shows wie „Wetten, dass..?“



Große Sport-Events – Boxweltmeister Robert Stieglitz im Kampf gegen Isaac Ekpo



Fliegende Fäuste, flinke Füße und ein begeistertes Publikum: Im Oktober 2013 hat Boxer Robert Stieglitz seinen Weltmeistertitel im Supermittelgewicht in HALLE:EINS erfolgreich verteidigt. Tausende Besucher erlebten seinen Triumph vor einer deutschlandweit einzigartigen Kulisse. Die Tribünen bildeten eine Art Kolosseum rund um den Boxing. HALLE:EINS setzte damit neue Maßstäbe für die Flexibilität von Veranstaltungshallen.

Auf rund 20.000 Quadratmetern ist in der Halle jedes Veranstaltungsformat mit bis zu 15.000 Besuchern realisierbar. Breite Bühnen- und Showbereiche für TV-Produktionen können hier genauso aufgebaut werden wie Zirkus- und Konzertarenen

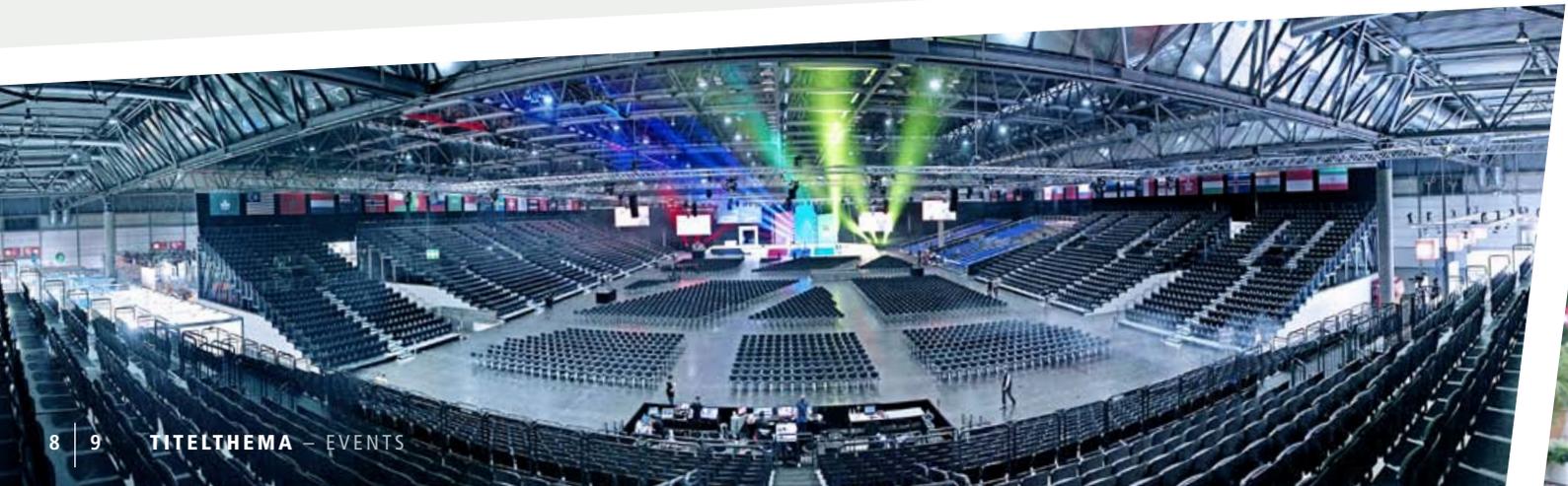
oder Kongressräume. Die Größe der Halle und ihre uneingeschränkte Gestaltung ermöglichen neben dem Bühnen- und Zuschauerraum großzügige Backstage- und Produktionsbereiche sowie zusätzliche Flächen für die Präsentation von Sponsoren.

Der Umfang und die Anordnung der Sitzplätze haben dank des einzigartigen Systems kaum Grenzen. Die Tribünen wurden vom slowenischen Spezialisten Elan Inventa eigens für HALLE:EINS entwickelt und gehören zu den flexibelsten weltweit. Zwölf freistehende Blöcke mit jeweils 360 gepolsterten Plätzen können frei bewegt, beliebig kombiniert und jederzeit erweitert werden – je nach Format und Größe der Veranstaltung. So stehen bei kleineren Produktionen keine leeren Sitzreihen, während bei Groß-

ereignissen mehrere Tausend Besucher Platz finden. Eins ist sicher: In Mitteldeutschlands größter Eventlocation hat jeder Zuschauer die bestmögliche Sicht aufs Geschehen.

Die Anreise zu den Veranstaltungen gestaltet sich bequem per Bus, Straßenbahn oder mit dem Auto, das in Hallennähe geparkt werden kann. Veranstalter profitieren von allen Vorzügen des Messegeländes – der direkten Anbindung an die Autobahn, einer ebenerdig befahrbaren Halle, der modernen technischen Infrastruktur und vom Service der Leipziger Messe Unternehmensgruppe, der von der Halleneinrichtung bis hin zum Catering reicht.

www.halle-eins.de



Lust auf mehr?

Events auf der Leipziger Messe – Mitmachen erwünscht

Bei der Leipziger Messe erleben Besucher außergewöhnliche Events und kommen manchmal selbst ins Schwitzen – etwa bei Mitteldeutschlands größter Zumba-Party 2013, die am Vorabend der Europameisterschaft im Tanzen in der Glashalle stattfand. Bevor die Profis im Kampf um Medaillen übers Parkett wirbelten, ließen sich Tanzbegeisterte unterm Kuppeldach vom Workout-Trend aus Südamerika mitreißen.

Erhöhten Pulsschlag – in diesem Fall nur vom Zusehen – garantieren auch die Kings of Xtreme. Die Show ist eine von wenigen Indoor-Veranstaltungen für Motocross und BMX und lockt Jahr für Jahr ein begeistertes Publikum in die HALLE:EINS. Die Motocrosser haben vom Fernsehlicht bis zur Hallenhöhe beste Voraussetzungen für ihre durch die Luft wirbelnden Maschinen, atemberaubende Feuerstunts und deren perfekte Inszenierung.

Der Blick nach oben lohnt sich alljährlich im Oktober, wenn Messehalle 5 während der modell-hobby-spiel die mit 5.000 Quadratmetern größte Indoor-Flugfläche Deutschlands beherbergt. Zu den Highlights zählen neben actiongeladenen Produktpräsentationen die Nachtflugshows und Aero-Musicals, bei denen Modelle im Takt der Musik Loopings und Pirouetten fliegen.

Auf anmutige Darbietungen freuen sich Besucher, wenn mit der PARTNER PFERD eine der größten Veranstaltungen im Hallenreitsport auf der Leipziger Messe



Kings of Xtreme in HALLE:EINS –
Freestyle-Motocross-Show mit Kultstatus

gastiert und HALLE:EINS zur großen Indoor-Reithalle wird. Besucher sehen nicht nur den Kampf der Weltbesten um den Titel im Voltigieren, Springreiten und Vierspannerfahren, sondern finden wenige Meter weiter alle Neuheiten rund ums Pferd.

In einem faszinierenden Ambiente fand 2013 auch die Eröffnung des Designfestivals DESIGNERS' OPEN statt. Begeisterte Zuschauer erlebten die Premiere der Fashionshow DANCE THE WALK in der Glashalle und nutzten die Preview, um die Ausstellung vor der offiziellen Eröffnung nach exklusiven Stücken zu durchforsten.

Eine der größten und komplexesten Veranstaltungen erlebte das 1996 eröffnete Gelände mit den WorldSkills Leipzig 2013. Mehr als 200.000 Besucher kamen zu dieser Weltmeisterschaft der Berufe und genossen die unterhaltsame Mischung aus Anschauen und Mitmachen.

www.leipziger-messe.de



Fashionshow
zu den DESIGNERS' OPEN



PARTNER PFERD –
eine der größten
Veranstaltungen
des Hallenreitsports

Spürbar nachhaltig: Wirtschaften mit Weitsicht

Denken an morgen wird von der Kür zur Pflicht

Nachhaltigkeit galt lange Zeit als Modevokabel, dann avancierte der Begriff zum Trend mit Beliebkeitsfaktor. Nicht wenige hielten den Hype um nachhaltiges Management für eine vorübergehende Erscheinung, oft benutzt als Feigenblatt für leere Versprechen. Doch inzwischen wird Nachhaltigkeit immer häufiger real gelebt.

Dreidimensional handeln

„Nachhaltige Konzepte berücksichtigen sowohl die ökologische als auch die soziale und ökonomische Dimension. Umweltschutz, Fairness und Generationengerechtigkeit verbinden sich mit unternehmerischer Vernunft“, betont Markus Geisenberger, Geschäftsführer der Leipziger Messe GmbH. „Solche Strategien etablieren sich im Wirtschaftsalltag und werden vom Wettbewerbsvorteil zum Muss.“ Dies gilt ebenfalls für die Kongress- und Veranstaltungsbranche. Dort stieg die Zahl der Anbieter mit Nachhaltigkeits-Managementsystem laut Meeting- & EventBarometer Deutschland 2013 von 37,7 Prozent 2012 auf 39,7 Prozent 2013. Zudem bevorzugt mit 44,1 Prozent fast jeder zweite Veranstalter Anbieter mit zertifiziertem Nachhaltigkeits-Managementsystem. Im Vorjahr lag dieser Wert noch bei 33,3 Prozent, heißt es in der Untersuchung des Europäischen Verbandes der Veranstaltungszentren e.V. (EVVC), des GCB German Convention Bureau e.V. und der Deutschen Zentrale für Tourismus e.V. (DZT) (Stand 2013)

Nachhaltig verpflichtet

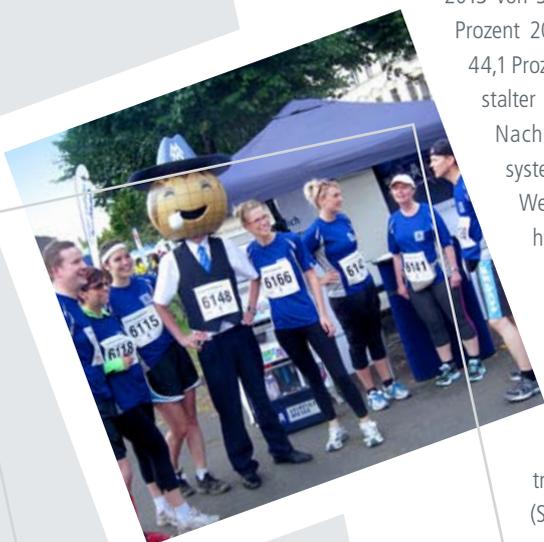
„Seit 2009 unterzieht sich die Leipziger Messe regelmäßig Zertifizierungen nach dem Green-Globe-Standard“, erklärt Markus Geisenberger. „Durch die neutrale Sicht von außen ist ein solches Verfahren ein wertvolles Controllinginstrument.“ Zusätzlich stellte sich die Messetochter FAIRNET einer spezifischen Zertifizierung für das Siegel „Sustainable Company powered by FAMAB“. Die Klassifikation – entwickelt vom FAMAB Verband Direkte Wirtschaftskommunikation e.V. – steht für nachhaltiges Wirtschaften in der Live-Kommunikation. Außerdem unterzeichnete die Leipziger Messe mit ihrem Congress Center Leipzig (CCL) den Nachhaltigkeitskodex „fairpflichtet“ der deutschsprachigen Veranstaltungsbranche. Besondere Anerkennung erhielt das CCL mit dem Meeting Experts Green Award 2013 der Kategorie Nachhaltige Veranstaltung. Vergeben wurde der Preis für das 2011 realisierte ICCA Green Traffic Project zum 50. Weltkongress der International Congress & Convention Association (ICCA).

Sozial engagiert

Starthilfe für junge Leute leistet die Leipziger Messe als eines der Partnerunternehmen der Joblinge gAG Leipzig. Die gemeinnützige Initiative JOBLINGE hat sich der Förderung arbeitsloser, gering qualifizierter Jugendlicher verschrieben.

Als einer der Erstunterzeichner der gemeinsamen Erklärung „Kinder und Familien willkommen!“ der Stadt Leipzig sorgt die Leipziger Messe mit Gleitzeit, Teilzeitmodellen sowie Belegplätzen in Kindertagesstätten für familienfreundliche Arbeitsbedingungen für ihre Mitarbeiter. Des Weiteren übernimmt das Unternehmen mit Angeboten wie Gesundheitstagen oder Firmenlauf Verantwortung für die Gesundheit seiner Beschäftigten. Darüber hinaus unterstützt die Leipziger Messe die

Mit dem umweltfreundlichen Hybridbus
direkt zum Messegelände



Motivation durch sportliche
Aktivität – Teilnehmer am Firmenlauf

Nachhaltigkeit
als Konzept – viel
Grün und direkte
Anbindung an den
Nahverkehr



Verantwortungsinitiative „V Faktor“ der mitteldeutschen Wirtschaft, die sich für die Vermittlung und Entwicklung von praktischen Maßnahmen für ein nachhaltiges und verantwortungsvolles unternehmerisches Handeln einsetzt.

Freie Fahrt mit Messeticket

Das Messegelände ist bestens an das öffentliche Nahverkehrsnetz angebunden. Ein Plus für Aussteller und Besucher zahlreicher Messen und Kongresse: Sie nutzen mit ihrer Eintrittskarte den öffentlichen Personennahverkehr kostenlos zur An- und Abfahrt. Das verringert den CO₂-Ausstoß. Die Leipziger Messe hat sich bewusst entschieden, dieses Kombi-Ticket auch in Zukunft bereitzustellen.

Unmittelbar erlebbar

Nachhaltigkeit ist für Aussteller und Besucher auf dem Leipziger Messegelände aber auch direkt spürbar: Vier-Kammer-Behälter in den Hallen und Ausstellungsarealen erleichtern die schnelle Müllsortierung. Immerhin fallen auf dem Gelände jährlich etwa 800 Tonnen Abfall an. Dessen fachgerechte Entsorgung wird seit 2011 durch ein komplexes Abfallmanagement optimiert. Konsequentes Recycling gilt genauso im Kleinen: So werden die Badges – Plastikhüllen für Fachbesucherausweise – an den Ausgängen gesammelt und wiederverwendet. Die Gastronomietochter fairgourmet kauft bei Brot, Fleisch und Gemüse vorzugsweise Produkte aus einem Umkreis von etwa 150 Kilometern. Fairer Handel ist ein weiterer wichtiger Faktor: Auf dem Messegelände wird ausschließlich Fair-Trade-Kaffee ausgeschenkt.

Strom und Wärme selbst gemacht

Ab 2014 deckt ein eigenes Blockheizkraftwerk die Grundlast an Strom und Wärme auf dem Leipziger Messegelände. Der Vorteil sind Brennstoffeinsparung und weniger Emissionen von CO₂ und Schadstoffen. „Dafür investieren wir rund eine Million Euro“, unterstreicht Markus Geisenberger. In Zeiten steigender Energiepreise sei dies eine ökonomisch sinnvolle Investition – und zugleich ganz im Sinne des Kraft-Wärme-Kopplungsgesetzes. Dieses hat den Zweck, die Stromerzeugung aus Kraft-Wärme-Kopplung in Deutschland bis 2020 auf 25 Prozent zu erhöhen.

☑ www.leipziger-messe.de/Unternehmen/Nachhaltigkeit



Die Leipziger Messe ist die erste mit dem Green-Globe-Siegel zertifizierte Messgesellschaft in Deutschland und bevorzugt Fair-Trade-Produkte



Vorreiter der E-Mobilität

In Leipzig und ganz Sachsen werden mobile Visionen Wirklichkeit



Innovation in Serie – Produktion des BMW i3 im Werk Leipzig – Finish (Foto: BMW Group)

Elektromobile gleiten im Rushhour-Verkehr fast lautlos durch die Stadt. Ist der Akku leer, wird das Fahrzeug an der nächsten Straßenlaterne aufgeladen. Auf den Straßen der Zukunft gehören Verbrennungsmotoren zu den Auslaufmodellen, Transportsysteme sind optimal vernetzt – mit weniger Lärm und Luftschadstoffen.

Praxistest in Leipzig

In Leipzig und Sachsen werden die Weichen für die Mobilität von morgen schon heute gestellt: Der Freistaat ist seit 2009 eine der acht Modellregionen für Elektromobilität in Deutschland. Ein weiterer Meilenstein war der Start des Schaufensters „Bayern-Sachsen ELEKTROMOBILITÄT VERBINDET“ zum europäischen Fachforum new mobility 2012 auf der Leipziger Messe. Das Vorhaben ist eine von vier Initiativen, welche die Bundesregierung mit insgesamt 180 Millionen Euro fördert. Zum Beispiel werden die Laternenpfähle an zwei Straßenzügen in Leipzig Innenstadt zu E-Tankstellen aufgerüstet. Beim Projekt „E-Skorpion“ sollen Elektrobusse während der Fahrt abschnittsweise an

Oberleitungen „nachtanken“ – und die A9 zwischen Leipzig und München wird 2014 mit Schnellladestationen im Abstand von maximal 90 Kilometern zur „Expresstanktrasse“ für E-Mobile. In Markkleeberg bei Leipzig sollen Batteriebusse im Projekt „eBus Butterfly“ S-Bahn-Passagiere vom Bahnhof nach Hause bringen. Den Förderbescheid überreichte der Bundesverkehrsminister während des International Transport Forums (ITF) der OECD auf dem Leipziger Messegelände.

Innovationstreiber Leipziger Messe

„Die Vorreiter der E-Mobilität treffen sich auf der Leipziger Messe“, betont Martin Buhl-Wagner, Sprecher der Geschäftsführung der Leipziger Messe GmbH. „Doch hier werden von Wissenschaft und Wirtschaft nicht nur Zukunftskonzepte diskutiert und wegweisende Entwicklungen präsentiert, sondern auch einem breiten Publikum zum Testen vorgestellt.“ So rückten rund 4.500-mal Fahrzeuge mit alternativen Antrieben bei der AMI Auto Mobil International 2012 zu Probefahrten aus. Auch zur AMI 2014 spielt Elektromobilität an den Ständen und im Rahmenprogramm

wieder eine große Rolle. „Bald ist die Leipziger Messe mit zwei E-Tankstellen außerdem Teil des ganz realen Netzwerks der Elektromobilität in Sachsen“, unterstreicht der Messechef.

Starke Partner

In den Werken von BMW und Porsche werden in Nachbarschaft zur Leipziger Messe automobile Innovationen Realität. BMW fertigt hier den brandneuen, reinrassigen „Stromer“ BMW i3 und den Plug-in-Hybridsportwagen BMW i8. Dafür baut das Unternehmen das Werk Leipzig zum Kompetenzzentrum für Elektromobilität aus. „BMW ist genauso wie Porsche ein starker Partner, der uns mit seiner Branchenkompetenz bereichert“, erklärt Martin Buhl-Wagner. Bei Porsche in Leipzig rollt der Panamera S E-Hybrid vom Band – der weltweit erste Plug-in-Hybrid in der Luxusklasse. Bis September 2015 sind die sportlichen Viersitzer in einer Forschungskooperation als Shuttles im Einsatz – unter anderem für drei Leipziger Spitzenhotels.

www.new-mobility-leipzig.de

www.ami-leipzig.de

www.internationaltransportforum.org

Der Panamera S E-Hybrid ist für Leipziger Spitzenhotels im Einsatz – Jörg Müller, Direktor des Hotels Fürstenhof, und Andreas Hachmeister, Direktor von The Westin Leipzig (v.l.)



www.new-mobility-leipzig.de
www.ami-leipzig.de
www.internationaltransportforum.org

Wenn aus Nischen Märkte werden

Die Leipziger Messe investiert in Themen mit Potenzial

Jeder fängt mal klein an – auch Veranstaltungen. So kamen zum ersten Weltkongress für regenerative Medizin im Jahr 2003 rund 300 Teilnehmer. Das Leipziger Fraunhofer-Institut für Zelltherapie und Immunologie sowie das Congress Center Leipzig (CCL) haben eine gemeinsame Idee verwirklicht und über die Jahre kontinuierlich weiterentwickelt. Mit zuletzt mehr als 1.000 Teilnehmern aus 40 Ländern gilt der Kongress heute als weltweit führend.

Zum zweiten Mal firmiert die vetexpo 2014 unter eigenem Namen und findet parallel zum Leipziger Tierärztekongress in Messehalle 2 statt. Aufgrund des wachsenden Zuspruchs wurde sie zur Messe ausgebaut. Mit zuletzt 4.000 Teilnehmern gehört der Kongress zu den besucherstärksten und thematisch vielfältigsten Fortbildungsveranstaltungen der Veterinärmedizin im deutschsprachigen Raum.

Mit dem Ausbau der Seenlandschaft rund um Leipzig widmet sich die Region verstärkt dem Thema Wassertourismus und -sport. Die Messe Beach & Boat versammelt seit 2009 alles rund um den Wassersport. Der angeschlossene Seenland-Kongress ist Branchentreffpunkt der Akteure aus Tourismus und Wirtschaft.

Nachdem der Manga-Bereich bei der Leipziger Buchmesse in den vergangenen Jahren immer beliebter wurde, findet im Frühjahr 2014 erstmals die Manga-Comic-Convention statt. Anime, Manga, Comic und Cosplay, die passende Mode und Zeichenzubehör bekommen damit eine eigene Veranstaltung im Verbund der Leipziger Buchmesse.

Pioniere des Fortschrittes – beste Bedingungen für den weltweit führenden Kongress für regenerative Medizin



Fürsorge rund um die Uhr – Vierbeiner fühlen sich wohl auf dem Leipziger Messegelände



Tierisch gute Messen

Vierbeiner erleben besonderen Service

sollen einen angenehmen Messebesuch erleben.

Die agra ist die einzige Schau landwirtschaftlicher

Nutztiere in Ostdeutschland. Zuletzt begrüßte sie 970 Aussteller aus elf Ländern und 47.000 Besucher. Alle zwei Jahre werden in Leistungs- und Zuchtwettbewerben rund 1.200 Nutztiere gezeigt – von Milchkühen über Merinowollschafe bis hin zu Fleischrindern. Für deren optimale Betreuung können die Tierpfleger nachts in den Hallen bleiben und Tier-

ärzte sind ständig vor Ort. Die logistische Planung der Tier-Anreise wie auch deren Futtermittellieferung sind zentraler Teil der Vorbereitungen.

In den klimatisierten Messehallen ist auch für bellende und schnurrende Stars gut gesorgt. Rund 6.000 Hunde und 300 Katzen werden auf der Hund & Katz gezeigt, Hunderte Züchter können in Hallennähe ihre Wohnmobile parken. Mit einem Zuwachs auf 37.000 Besucher im vergangenen Jahr ist die Hund & Katz ein Besuchermagnet.

Vor dem großen Auftritt geht es noch einmal auf den Kuhwaschplatz. Zum Füttern, Melken und Übernachten steht in Halle 4 der Stall. Damit nie ein Huf den Halt verliert, sind alle Wege mit rutschfesten Matten ausgelegt. Bei Messen wie der agra, der PARTNER PFERD oder der Hund & Katz stehen wertvolle Vierbeiner im Mittelpunkt. Auch sie

Erfolg geht durch den Magen

An ein gut organisiertes und leckeres Catering erinnern sich Besucher gern



Der Referent ist ein brillanter Rhetoriker, das Thema ist spannend – und trotzdem mangelt es an Konzentration, wenn die Zuhörer Hunger oder Durst haben. Kaffeepausen, Zeit für einen kleinen Imbiss oder ein warmes Mittagessen dürfen weder beim wissenschaftlichen Kongress noch beim politischen Parteitag fehlen. Geht es um die Zufriedenheit der Gäste, ist die Cateringplanung ein Schlüssel zum Erfolg.

„Es gibt nichts Schlimmeres, als auf Kaffee zu warten, wenn er noch nicht da ist“, stellte schon der Philosoph Immanuel Kant fest. Erfahrene Caterer ha-

ben nicht nur im Blick, wie viele Besucher womit versorgt werden müssen, sondern kennen auch den genauen Ablauf der Veranstaltung. Wann kommen aus welchem Raum wie viele Personen, wo müssen Theken und Tische stehen? Wann beginnt die nächste Veranstaltung und lässt Zeit für einen Umbau? Die Logistik muss stimmen – egal, ob 100 oder 3.000 Personen gleichzeitig und zügig verköstigt werden wollen.

Bei der Leipziger Messe profitieren Veranstalter von der engen Zusammenarbeit der Tochtergesellschaften. In die Vorbereitungen einer Tagung im Congress Center Leipzig (CCL) werden die Kollegen der Catering-Tochter fairgourmet bereits ein-

bezogen. Die Wünsche des Kunden – vom High-End-Catering bis zum thematisch passenden Buffet – werden auf kurzen Wegen kommuniziert. Dank eines flexiblen Raumkonzepts können selbst 7.000 Kongressteilnehmer ihr Mittagessen gemeinsam einnehmen. Messehalle 2 wurde dafür schon in einen komfortablen Speisesaal mit mehreren Ausgabestationen verwandelt. „Eine gelungene Pause und etwas Leckeres zu essen heben die Motivation“, sagt Detlef Knaack, Geschäftsführender Direktor der fairgourmet. „Das freut die Veranstalter und ist unser Maßstab für Erfolg.“

www.fairgourmet.de



Passender Rahmen – Festveranstaltung zur Verleihung des „Preises der Leipziger Buchmesse“

Service mit Wohlfühlgarantie

Die Leipziger Messe überzeugt mit maßgeschneiderten Lösungen

Alle Leistungen aus einer Hand – mit diesem Konzept hat die Leipziger Messe Unternehmensgruppe bei der Bewerbung um die Hospitality-Dienstleistungen für die WorldSkills Leipzig 2013 überzeugt. Mehr als 3.500 internationale Gäste kamen zu den Weltmeisterschaften der Berufe. Für ihren Aufenthalt wurden 40 verschiedene Betreuungspakete geschnürt – darin enthalten unter anderem Hotelbuchungen, Transfers, Catering sowie die Organisation von Exkursionen, Führungen und Abendveranstaltungen.

Maßgeschneiderten Service liefert die Leipziger Messe auch für Aussteller. So realisiert die FAIRNET als Servicepartner der Buchmesse Präsentationen vom vier Quadratmeter großen Systemstand über Gemeinschaftsstände bis hin zu Highlights wie

dem 1.000 Quadratmeter großen Hörbuchforum der ARD. Vor allem bei kleinen und mittleren Verlagen kommen eigens von FAIRNET entwickelte Standbaulösungen mit individuellen Brandings zum Einsatz. In den Händen der erfahrenen Dienstleister liegt darüber hinaus die Festveranstaltung zur Verleihung des „Preises der Leipziger Buchmesse“, vom Bühnenbau bis zur Choreografie.

Über die bloße Vermietung von Räumen hinaus entwickelt die Leipziger Messe gemeinsam mit Kunden Veranstaltungskonzepte weiter. So wird zum Beispiel mit dem Veranstalter der Agrarfachmesse agra das Flächenkonzept der Fachmesse überarbeitet, um 2015 im Außenbereich mehr Präsentationsfläche für große Landmaschinen zu schaffen.

www.leipziger-messe.de/Unternehmen

Nah am Kunden, nah am Markt

Von Leipzig in die Welt

Messen und Kongresse am eigenen Standort bilden das Kerngeschäft der Leipziger Messe. Darüber hinaus ergeben sich positive Effekte für den Stammsitz durch die Tätigkeit des integrierten Messedienstleisters an anderen Standorten. So veranstaltet die Leipziger Messe mit der denkmal Moskau die einzige Fachmesse für Denkmalschutz, Restaurierung und Museumstechnik in Russland. Sie ist das Pendant zur Leipziger denkmal und wurde inhaltlich den speziellen Bedürfnissen des russischen Marktes angepasst. So liegt ein stärkerer Fokus auf der Umnutzung von Baudenkmalern unter modernen Bedingungen.

Als Russlands erste Messe für Waldbrandbekämpfung fand im November 2013 erstmals die Forest Fire Fighting and Protection Siberia im sibirischen Novosibirsk statt. Die Messe ist eine Eigenveranstaltung der Leipziger Messe International (LMI) und wird vom Katastrophenschutzministerium, der Föderalen Forstagentur sowie der russischen Regierung unterstützt. Die UNO lud zeitgleich zu einem internationalen Kongress ein.

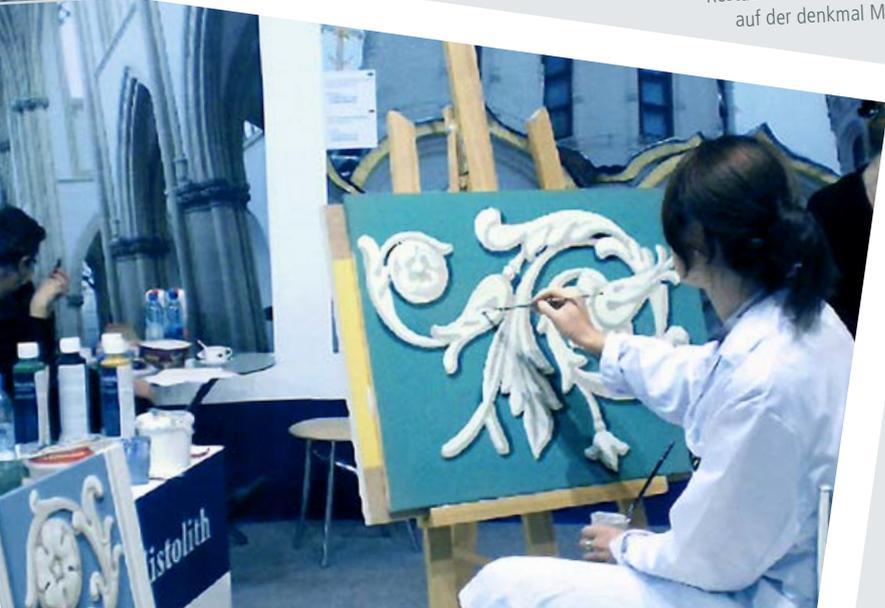
Mit der Fortführung der Fachmesse Cosmetic-Business in München 2013 agierte die Leipziger Messe erstmals als Gastveranstalter an einem anderen Standort in Deutschland. Die gesamte Messeorganisation wurde nach München transferiert, von der Akquisition über Kommunikation und Projektmanagement bis hin zum

Messe- und Veranstaltungsservice. So betreute die FAIRNET die standbauliche Infrastruktur der CosmeticBusiness und realisierte rund 80 Projekte bei insgesamt 220 Messeständen.

Seit dem Weltkongress der International Society for Prosthetics and Orthotics (ISPO) 2010 in Leipzig arbeiten der Fachverband und die Leipziger Messe Unternehmensgruppe enger zusammen. Auch der ISPO-Weltkongress 2013 im indischen Hyderabad wurde gemeinsam organisiert. In Leipzig fand die Tagung 2010 parallel zur Weltleitmesse ORTHOPÄDIE + REHA-TECHNIK statt. Das zuständige Projektteam der medizinischen Messen betreute und akquirierte die Aussteller und Sponsoren auch 2013 für die begleitende Ausstellung in Indien. LMI koordinierte den Standbau und andere Serviceleistungen für alle Aussteller. Die Präsentationen zweier internationaler Marktführer realisierte die Leipziger Messetochter FAIRNET GmbH. In Frankreich wird die Kooperation zwischen ISPO und Leipziger Messe beim Weltkongress 2015 fortgesetzt. Der Weltkongress findet dann im Jahreswechsel mit der Leipziger OTWorld (ehemals ORTHOPÄDIE + REHA-TECHNIK) statt.

☑ www.lm-international.com
☑ www.cosmetic-business.com

Restauratoren bei der Arbeit
auf der denkmal Moskau



Service

Leipziger Messe Unternehmensgruppe: Alle Leistungen aus einer Hand

LEIPZIGER MESSE

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

CONGRESS CENTER LEIPZIG

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

LEIPZIGER MESSE GASTVERANSTALTUNGEN

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

LEIPZIGER MESSE INTERNATIONAL

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

FAIRNET MESSEN-EVENTS-KONGRESSE

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 CATERING & EVENTS

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

MaxicoM Euro-Asia Business Center

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 Kommunikation Unternehmensgruppe
(Heike Fischer, Claudia Laßlop)
Autoren: Leipziger Messe, Cathrin Günzel
Layout/Gestaltung: MinneMedia Werbeagentur, Leipzig/Dresden
Fotos: Dr. Arved Weimann, Congress Center Leipzig, Dreieck
Marketing/Holger Schneider, FAIRNET, Frank-Heinrich Müller,
Dr. Hauke Harms, Johannes Walther, Leipzig Tourismus und
Marketing, Leipziger Messe, Marc Gilgen, Matthias Rietschel,
Mercedes-Benz NL Leipzig, Turkish Airlines, VDIK

Destination mit Anziehungskraft

Internationale Glaubensgemeinschaften schätzen Leipzig als Tagungsort



Gemeinsam Potenzial entfalten beim Konzert auf dem Willow-Creek-Kongress

Die Besucher strecken begeistert die Arme in die Höhe, auf den Sitzplätzen hält es keinen mehr. Lautstark jubeln sie, stimmen dem Sprecher auf der Bühne zu. Später im Programm spielt eine Band, ihre Texte werden auf eine Leinwand projiziert und ebenso lautstark mitgesungen. Im Mittelpunkt der Willow-Creek-Kongresse stehen diese gemeinsamen Erlebnisse und der Austausch über den eigenen Glauben. Mehrere Tausend Mitglieder dieser Kirche nehmen daran teil. Unter dem Titel „Zwischenland – Ermutigung. Inspiration. Ausrichtung“ gastiert der Willow-Creek-Leitungskongress im Februar 2014 erstmals im Congress Center Leipzig (CCL).

Tausende friedliche Menschen mit Kerzen in den Händen – diese Bilder der Montagsdemonstrationen 1989 sind um die Welt gegangen. „Wenn es eine Stadt gibt, in der eine spirituelle Bewegung Weltgeschichte geschrieben hat, dann ist es Leipzig“, sagt Ronald Kötteritzsch, Marketingleiter des CCL. Diese Geschichte ist ein Alleinstellungsmerkmal und macht die Stadt zum spannenden Ziel für viele Glaubensgemeinschaften. Im CCL haben schon viele von ihnen die richtigen Bedingungen für ihre Veranstaltungen gefunden. Bereits 1997 fand auf dem Gelände der Leipziger Messe der Deutsche Evangelische Kirchentag statt. Fast 100.000 Besucher kamen damals nach Leipzig.

Der Kongress christlicher Führungskräfte gastierte 2007 erstmals im CCL und begrüßte rund 3.500 Teilnehmer. Die Veranstaltung gibt Verantwortungsträgern alle zwei Jahre Gelegenheit, sich über die Vermittlung von Werten und deren Relevanz für den Berufsalltag auszutauschen. Zum Programm gehören neben Vorträgen und Diskussionen auch Gebete und Konzerte. Der Kongress fand 2013 ein weiteres Mal im CCL statt.



Aus aller Herren Länder kamen die Delegierten des Weltkongresses der baptistischen Jugend ins CCL

Aus rund 90 Ländern kamen 2008 mehr als 6.000 junge Menschen zum Weltkongress der baptistischen Jugend ins CCL. Unter dem Motto „Dive deeper“ (Tiefer eintauchen) beschäftigten sie sich mit Glaubenserfahrungen und Lebensfragen. Die Geschichte Leipzigs hat auch für sie bei der Standortwahl eine entscheidende Rolle gespielt. „Leipzig hat sich mit seiner Bewerbung gegen Weltstädte behauptet“, erinnert sich André Kaldenhoff, Geschäftsbereichsleiter Kongresse der Leipziger Messe GmbH.

www.ccl-leipzig.de

Botschafter der Wissenschaft

Bei der Bewerbung um hochkarätige Kongresse arbeitet das CCL erfolgreich mit renommierten Leipziger Forschern zusammen

Patent für Kongresserfolg –
Dr. med. Arved Weimann, Dr. Hauke Harms



Mehr als 2.000 Mikrobiologen nahmen im Juli 2013 am Kongress der Federation of European Microbiological Societies (FEMS) im Congress Center Leipzig (CCL) teil. Aus ganz Europa reisten die Wissenschaftler an – unter ihnen Medizinnobelpreisträger Prof. Dr. Harald zur Hausen und Prof. Dr. Anne Glover, wissenschaftliche Chefberaterin der Europäischen Union. Sie folgten der Einladung von Dr. Hauke Harms, dem Leiter des Departments Umweltmikrobiologie am Leipziger Helmholtz-Zentrum für Umweltforschung (UFZ). Gemeinsam konnten der Leipziger Wissenschaftler und das CCL die internationale Tagung erstmals nach Deutschland holen.

Die Zusammenarbeit beschreibt Dr. Harms als Synergie: „Sie besteht in der Kombination der wissenschaftlichen Kreditabilität des UFZ und der großen Erfahrung und Sachkenntnis des CCL hinsichtlich der Bedürfnisse und Interessen wissenschaftlicher Organisationen.“ Auch bei anderen Bewerbungen kooperiert das CCL mit renommierten Wissenschaftlern als Botschafter ihres Fachs und des Standortes. „Kongresse wie der FEMS zeigen, wie das Engagement lokaler wissenschaftlicher Ikonen zum Erfolg der Bewerbungen beiträgt“, sagt André Kaldenhoff, Geschäftsbereichsleiter Kongresse der Leipziger Messe GmbH. Synergien ergeben sich über die erfolgreiche Bewerbung hinaus: „Der Kongress macht den Forschungsstandort,

meine Institution und die Organisatoren in bestmöglicher Weise bekannt“, sagt Dr. Harms über den FEMS.

Auch der Kongress der Europäischen Gesellschaft für Klinische Ernährung und Stoffwechsel wurde 2013 nach Leipzig geholt. „Für ein akademisches Lehrkrankenhaus ist ein solcher Kongress eher ungewöhnlich“, meint Dr. med. Arved Weimann. Als Tagungspräsident begrüßte der Chefarzt der Klinik für Allgemein- und Bauchchirurgie im Leipziger Krankenhaus St. Georg im CCL rund 2.500 Ärzte verschiedener Fachgebiete, Ernährungswissenschaftler, Diätassistenten und Apotheker aus 82 Nationen. Von einer hohen Zufriedenheit der Teilnehmer berichtet Dr. Weimann rückblickend – das Programm, das Congress Center und Leipzig als Veranstaltungsort haben überzeugt. Den internationalen Kollegen zeigte der Mediziner bei dieser Gelegenheit, wie sich die Messestadt seit 1989 verändert hat, denn zuletzt tagten die Ernährungsmediziner hier 1988. Der Kongress trug den Titel „Tearing barriers down – nutrition brings people together“ („Grenzen niederreißen – Ernährung bringt Menschen zusammen“).



www.ccl-leipzig.de

GCB

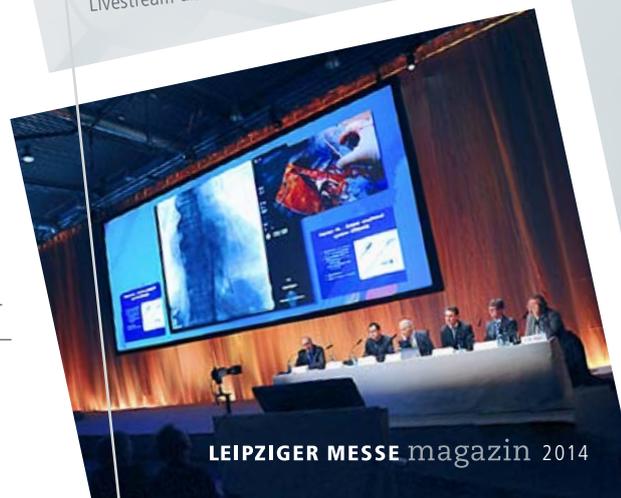
Meetings made in Germany

German Convention Bureau

Wo Zukunft schon Wirklichkeit ist

Der internationale Kongress für Gefäßmediziner „Leipzig Interventional Course“ (LINC), der jährlich im CCL gastiert, wurde vom German Convention Bureau in der Studie „Tagung und Kongress der Zukunft“ als Best-Practice-Beispiel für Kongresse von morgen vorgestellt. „Vorhersagen, die Branchenexperten über den Kongress der Zukunft treffen, sind auf dem LINC-Kongress bereits Wirklichkeit geworden“, so die Studie. Beschrieben wird etwa das technische Niveau des Kongresses – während der Veranstaltung werden aus aller Welt Operationen live übertragen.

LINC-Kongress –
Livestream direkt aus dem OP-Saal



Globally Yours

Turkish Airlines und die Leipziger Messe – eine starke Partnerschaft

Seit Mai 2012 fliegt Turkish Airlines von Istanbul aus den Flughafen Leipzig/Halle an. Gemeinsam mit Martin Buhl-Wagner, Geschäftsführer der Leipziger Messe, und Markus Kopp, Vorstandsmitglied der Mitteldeutschen Airport Holding, unterzeichnete Dr. Temel Kotil, Geschäftsführer von Turkish Airlines, im Juni 2013 eine Absichtserklärung, in der alle Partner den Wunsch bekräftigen, in Zukunft noch enger zusammenzuarbeiten.

Die strategische Kooperation der drei Partner soll Leipzig als Handelsstandort stärken. Ziel ist es, die Stärken miteinander zu verknüpfen: die des Flughafens als Transportzentrum, von Turkish Airlines

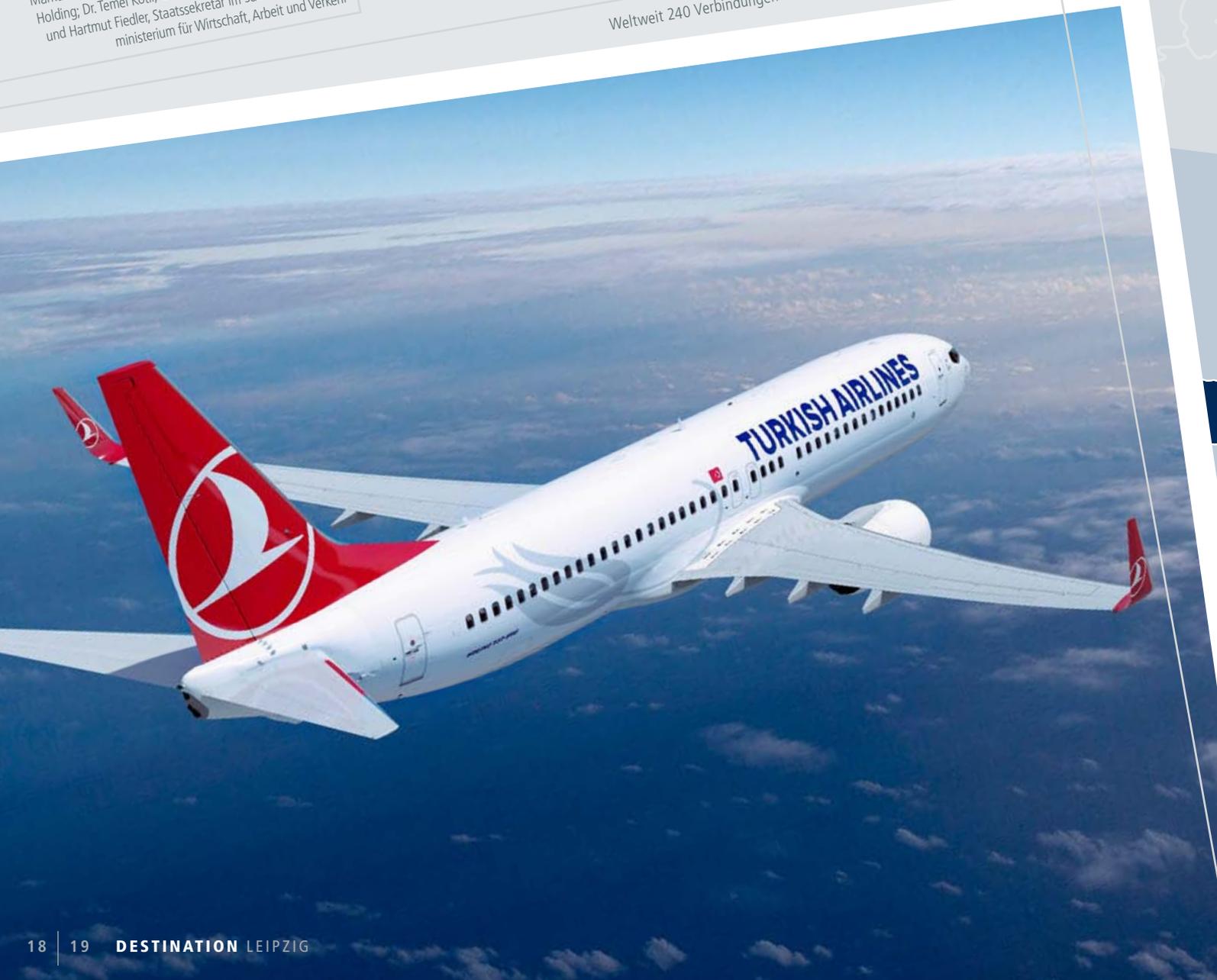
als global tätiger Fluggesellschaft und der Leipziger Messe als internationalem Handelszentrum.

Jedes Jahr reisen mehr als eine Million Besucher zu den zahlreichen, auch international renommierten Messen und Kongressen nach Leipzig. Ausgehend von der Kooperation ist Turkish Airlines der bevorzugte Airline-Partner für die Leipziger Messe. Von mehr als 240 Flughäfen weltweit können Aussteller und Besucher bequem über das Drehkreuz Istanbul den Flughafen Leipzig/Halle anfliegen. Damit leistet die Fluggesellschaft einen wichtigen Beitrag, um die Attraktivität der Leipziger Messe, der Stadt und der Region Sachsen weiter zu steigern.



Nach Unterzeichnung der Absichtserklärung für eine engere Zusammenarbeit (v.l.) – Martin Buhl-Wagner, Geschäftsführer der Leipziger Messe; Markus Kopp, Vorstandsmitglied der Mitteldeutschen Airport Holding; Dr. Temel Kotil, Geschäftsführer der Turkish Airlines; und Hartmut Fiedler, Staatssekretär im Sächsischen Staatsministerium für Wirtschaft, Arbeit und Verkehr

Weltweit 240 Verbindungen von und nach Leipzig – mit Turkish Airlines



Optimale Reisebedingungen für Geschäftsreisende



Turkish Airlines sieht in Sachsen enormes Wachstumspotenzial. Die Wirtschaft in der Region ist dynamisch und hat sich gerade in den vergangenen Jahren sehr positiv entwickelt. Namhafte Unternehmen haben sich für den Wirtschaftsstandort Sachsen entschieden und internationalisieren das wirtschaftliche Handeln vor Ort. Das Corporate-Club-Programm von Turkish Airlines bietet Unternehmen entscheidende Vorteile. Geschäftsreisende profitieren beispielsweise von Ermäßigungen in der Business, Comfort und Economy Class, können frei umbuchen, stornieren, bekommen Rückerstattungen und gehen mit einer deutlich höheren Freigepäckgrenze an Bord.



Unternehmen bietet Turkish Airlines nicht nur die Vor-

teile des Corporate-Club-Programms, sondern auch einen mehrfach ausgezeichneten Service. Die Airline wurde 2013 zum dritten Mal in Folge von Skytrax zu „Europas bester Airline“ gekürt und erhielt zudem den Preis für das beste Catering in der Business Class. Diese Kombination aus erstklassigem Service, weltweitem Netzwerk und speziellen Unternehmensangeboten macht Turkish Airlines zum optimalen Partner für Geschäftsreisen von Sachsen in weltweit insgesamt 104 Länder. Das ist Rekord – keine Airline fliegt mehr Staaten an als Turkish Airlines. Als Partner der Leipziger Messe bringt Turkish Airlines die Wirtschaftsregion Sachsen der Welt ein Stück näher.

Mehr über das Flugangebot von Turkish Airlines erfahren Sie in Ihrem Turkish-Airlines-Verkaufsbüro oder unter

www.turkishairlines.de

Dr. Temel Kotil, Geschäftsführer der Turkish Airlines, präsentiert die Auszeichnung für das beste Catering in der Business Class



■ Destinationen von Turkish Airlines



Volles Programm!

Leipzig liebt Kultur. Ob Musik, Malerei, Film, Kabarett, Theater oder Tanz – zahlreiche Highlights zieren das Programm



Musikalische Vielfalt ist Programm beim Internationalen Festival für Vokalmusik „a cappella“ Leipzig

In Leipzig ist die Neue Leipziger Schule der Malerei zu Hause. Hier gastieren Protagonisten des experimentellen Tanztheaters, Stars der klassischen Musik, internationale Jazzgrößen und das Who's who des Kabarett. Namhafte Regisseure des Dokumentarfilms zeigen in der Messestadt ihre neuesten Werke und jedes Jahr kommen die Kultbands der „Schwarzen Szene“ zu deren europaweit größtem Treffen in die Stadt. Diese kulturelle Vielfalt prägt auch 2014 den Veranstaltungskalender.



Neo Rauch bei der Arbeit in seinem Atelier auf dem Spinnereigelände

Was auf dem zeitgenössischen Kunstmarkt den Ton angibt, ist auf dem Frühjahrsrundgang der SpinnereiGalerien am 4. und 5. Mai 2014 zu sehen. Malerfürst Neo Rauch arbeitet auf dem Gelände der ehemals größten Baumwollspinnerei Kontinentaleuropas, 120 Ateliers, Designer-Werkstätten und 11 kommerzielle Galerien gehören zu dieser kreativen Community. Höhepunkte sind die großen Frühjahrs- und Herbststrundgänge mit zahlreichen Vernissagen. Der Künstlernachwuchs aus der Leipziger Hochschule für Grafik und Buchkunst (HGB) präsentiert sich vom 13. bis 16. Februar auf dem traditionellen HGB-Rundgang.

Spannende Neuentdeckungen und klangvolle Namen schmücken die Musikstadt Leipzig. Crossover von Renaissance bis Pop bietet das 15. Internationale Festival für Vokalmusik „a cappella“ Leipzig vom 9. bis 18. Mai – unter anderem mit dem Hilliard Ensemble und Bobby McFerrin. Die Leipziger Musikgeschichte wird bei der Richard-Wagner-Festwoche vom 21. bis 25. Mai lebendig. Der Komponist wurde 1813 hier geboren. Künstlerische Kontraste setzt zu Pfingsten das 23. Wave-Gotik-Treffen: Vom 6. bis 9. Juni werden wieder Zehntausende fantasievoll kostümierte Besucher des Musik- und Kulturfestivals die Stadt schwarz „färben“.

Mit musikalischen Glanzpunkten überzeugt das jährliche Bachfest – gewidmet dem Musikgenie Johann Sebastian Bach. Der überraschende Komponist und Thomaskantor lebte von 1723 bis zu seinem Tod 1750 in Leipzig. Im Mittelpunkt steht diesmal vom 13. bis 22. Juni das Werk des zweitältesten Bach-Sohnes, Carl Philipp Emanuel, dessen Geburtstag sich 2014 zum 300. Mal jährt. „Ein Abend im Londoner Westend“ und „Last Night of the Proms“: Am 11. und 12. Juli wird das Leipziger Rosental zum Konzertsaal, wenn das weltbekannte Gewandhausorchester bei „Klassik Airleben“ zum Open Air im Park aufspielt.

„All That Jazz“ heißt es Mitte September zu den 38. Leipziger Jazztagen. Einer der Hauptspielorte des Jazzfestivals ist das Opernhaus der Stadt. Ein herausragendes Ereignis weckt am Abend des 9. Oktober Emotionen: Mit dem Lichtfest entlang des historischen Demonstrationswegs rund um den Innenstadtring gedenkt Leipzig des 25. Jahrestags der Friedlichen Revolution 1989.

Bissig wird es vom 16. bis 26. Oktober – dann versammelt sich die Kabarett- und Comedyszene zur 24. Lachmesse. Die Leipziger Messe ist ein Förderer des Europäischen Humor- und Satire-Festivals. Eine lange Tradition hat das DOK Leipzig, das Internationale Leipziger Festival für Dokumentar- und Animationsfilm. Das größte deutsche und eines der wichtigsten internationalen Dokumentarfilmfestivals findet vom 27. Oktober bis 2. November zum 57. Mal statt. Exzellente und experimentelle Aufführungen holt die euro-scene Leipzig – 24. Festival zeitgenössischen europäischen Theaters – vom 4. bis 9. November auf die Leipziger Bühnen.

www.leipzig.travel

Jährliches Festival der „Schwarzen Szene“ – das Wave-Gotik-Treffen in Leipzig



Kunsterlebnis inklusive

Auf der Leipziger Messe sind
hochkarätige zeitgenössische
Meisterwerke zu entdecken

Daniel Buren, Isa Genzken, Dan Graham, Jenny Holzer, Martin Kippenberger, Sol LeWitt oder Niele Toroni – Namen, die für herausragende moderne Kunst stehen, in Museen und Galerien der Welt gefragt sind. Die Leipziger Messe bietet eine einmalige Möglichkeit, den Arbeiten bedeutender Vertreter der internationalen Kunstszene zu begegnen.

16 Werke sind öffentlich zugänglich – unter anderem in der Glashalle, im Congress Center Leipzig (CCL), im Messehaus sowie auf dem Freigelände. Die Konzepte von der Wandmalerei bis zu Installationen wurden eigens für das 1996 eröffnete neue Domizil des Unternehmens entwickelt. Sie laden zum kurzen Verweilen im geschäftigen Messe- oder Kongressalltag ein.

www.leipziger-messe.de/Unternehmen/Kunst



Dan Graham,
Messe Leipzig Structure,
Gläserner Pavillon, Pocketpark

Daniel Buren,
Das Auf und Ab der Farbe,
Rolltreppen, Glashalle und
Congress Center Leipzig (CCL)



Martin Kippenberger,
Metro Net,
U-Bahn-Station für ein imaginäres
globales U-Bahn-Netz, Messepark



Isa Genzken,
Rose,
Metallskulptur,
Glashalle,
Eingang West



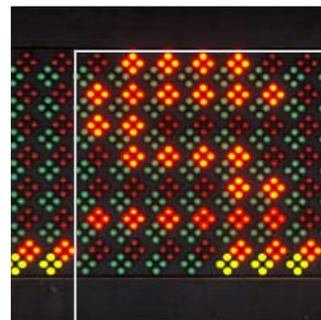
Rirkrit Tiravanija, Flipper Wall for Palermo,
Ensemble von 1,40 Meter hohen,
ochsenblutrot gestrichenen Wänden, Messepark



Sol LeWitt,
Wall drawing
516,
Wandmalerei,
Congress Center
Leipzig (CCL)



Jorge Pardo,
International
Business
Lounge,
Glashalle



Jenny Holzer, Truisms,
elektronische Schrifttafeln,
Messekassen, Eingang West, Glashalle

Eine Stadt für die Messe

2015 wird die Leipziger Messe 850 Jahre alt



Nächstes Jahr stehen zwei große Jubiläen im Kalender. Die Stadt Leipzig feiert ihre Ersterwähnung vor 1.000 Jahren. Und mit der Verleihung des Stadt- und Marktrechts um das Jahr 1165 liegt die Gründung der Leipziger Messe 850 Jahre zurück. Als Kreuzung der historischen Fernhandelsstraßen Via Regia und der Via Imperii war der „Ort bei den Linden“ – das bedeutet der Name Leipzigs ursprünglich – schon früh ein Tausch- und Handelsplatz.

Wie eng Stadt- und die Messegeschichte miteinander verbunden sind, zeigt ein Rundgang durch die Innenstadt mit ihren Passagen, Höfen und Messehäusern. Die Höfe lassen ahnen, wie die Waren während der Messen schnell verladen wurden. Noch immer beeindruckt die einzigartige architektonische Struktur der Messehäuser, die am Ende des 19. Jahrhunderts entstanden sind. Weltbekannt ist die Mädlerpassage, wo zu Messezeiten Porzellan, Keramik und Steingut präsentiert wurden und in deren Untergeschoss sich der berühmte Auerbachs Keller befindet.

Vom Übergang der Waren- zur ersten offiziellen Mustermesse im Jahr 1895 zeugt das Städtische Kaufhaus mit

seinen Lichthöfen und den umlaufenden Räumen. Die Waren wurden hier nicht mehr massenweise vor Ort verkauft. Vielmehr präsentierten Aussteller ihre Muster und nahmen Bestellungen auf. Diese revolutionäre Neuerung legte weltweit den Grundstein für das moderne Messewesen. Seit 1917 ist das Doppel-M der Mustermesse das Logo der Leipziger Messe.

Unterm Doppel-M hindurch geht es südlich der Innenstadt auf das 1920 eröffnete Gelände der ehemaligen Technischen Messe. 1913 erstmals als Ausstellungsgelände für die Internationale Baufachausstellung genutzt, wurden hier bis 1996 Universal- und Fachmessen durchgeführt. Danach öffnete das neu gebaute Messegelände im Norden der Stadt mit seinen fünf modernen Messehallen, der Glashalle und dem Congress Center Leipzig.

www.leipziger-messe.de



Grund zum Feiern – festliche Stimmung auf der

Der mit dem Globuskopf Das Messemännchen feiert 50. Geburtstag



Genau 50 Jahre ist es her, dass zur Herbstmesse 1964 das Messemännchen vorgestellt wurde. Seitdem ist der kleine Handelsreisende mit Aktentasche, Pfeife und Globuskopf das Maskottchen der Leipziger Messe und viel in der Welt herumgekommen. Zu seinem Jubiläum ziert er dieses Jahr eine Briefmarke und reiht sich in eine lange Reihe von Messemotiven zum Sammeln und Verschicken ein.

Das Messemännchen entstammt der Figurfamilie von Puppengestalter Gerhard

Behrend (1929 bis 2006) und hat einen prominenten Verwandten: das Sandmännchen. Der Star des DDR-Vorabendprogramms ist fünf Jahre älter und besuchte den jüngeren Bruder bis 1989 regelmäßig bei der Leipziger Messe – so erzählte es der Abendgruß des Kinderfernsehens.

Das Aussehen des Messemännchens hat sich bis hin zum verschmitzten Lächeln kaum verändert. Der Weltkugelkopf repräsentiert den globalen Handel. Auf seiner Aktentasche und seinem Hut findet sich

mit dem Doppel-M das Logo der Leipziger Messe. Passend zu den Farben der Stadt ist sein Anzug blau und sein Kopf gelb (später etwas dunkler). So wurde er seit 1964 zu Hunderttausenden produziert und ist als Souvenir und Botschafter rund um den Globus und natürlich in der Messestadt unterwegs.

www.leipziger-messe.de



Gäste verwöhnen

Leipzigs Hoteliers wissen, was Businessreisende lieben: Top-Service zu akzeptablen Preisen

„70 Prozent unserer Gäste sind Geschäftsreisende, und damit ist dies in Leipzig unsere Hauptzielgruppe“, erklärt

Axel Ehrhardt, Direktor des Hotels Mercure Leipzig am Johannisplatz sowie Sprecher der Leipzig Hotel Alliance, die zwölf bedeutende

Häuser vertritt. Ein Großteil der Businesskunden hätten das Leipziger Messegelände zum Ziel: „Die Leipziger Messegesellschaft und ihr Congress Center sind wichtige Partner, die zahlreiche Geschäftsleute in die Stadt bringen.“ Neben einem guten Preis-Leistungs-Verhältnis und bequemer Onlinebuchung seien WLAN-Zugänge auf dem Zimmer gefragt. „Das gehört bei den meisten Leipziger Businesshotels zum Standard. Der Trend geht zum

kostenfreien Internetzugang“, so Hotelchef Ehrhardt. Zugleich werden moderne Fernsehgeräte mit einer Vielfalt an internationalen Programmen erwartet.

Qualität in Leipzig

45 Hotels und 28 Hotels garnis mit etwa 12.650 Betten freuen sich in Leipzig auf Gäste. Die Hoteliers halten Interieur und Ausstattung auf hohem Niveau, viele haben in den vergangenen 20 Jahren investiert und saniert. Leipzigs gute Verkehrsanbindung und die kompakte Innenstadt mit vielen kulinarischen und kulturellen Highlights tun ein Übriges, damit sich Gäste in der Messestadt wohlfühlen.

Ein Buchungsservice der Leipziger Messe unterstützt die Aussteller und Besucher bei der Suche nach dem Lieblingshotel. Mit 38 qualitätsgeprüften Häusern im Zwei- bis Fünf-Sterne-Seg-

ment bestehen Kooperationsvereinbarungen. Das Hotel Reservation Team ist per E-Mail (hotelreservation@leipziger-messe.de) und von Montag bis Freitag zwischen 08:00 und 17:00 Uhr telefonisch erreichbar (+49 341 678-8971).

Hotel Reservation Team der Leipziger Messe GmbH:
✉ www.leipziger-messe.de/service-unterkunft

Leipzig Hotel Alliance:
✉ www.leipzig-hotel-alliance.de



Individueller Service für Businesskunden

GastroTipp

Im Barfußgässchen treffen Gourmets auf Nachtschwärmer

Ob feine italienische Spezialitäten oder deftige Hausmannskost: Das Barfußgässchen in der City ist ein Magnet in der Leipziger Gastronomielandschaft. Direkt an den Markt anschließend – gegenüber dem Alten Rathaus – drängen sich rund ein Dutzend Restaurants, Szenekneipen und Bars dicht an dicht. Ein Freisitz geht nahtlos in den nächsten über. Ohne Sperrstunde wird gegessen, getrunken, geredet und gefeiert. Von den Innenstadt-hotels ist das Barfußgässchen nur einen kurzen Spaziergang entfernt. Rund 70 weitere Lokale befinden sich in direkter Nachbarschaft.

Das Barfußgässchen gehört zu den Gastro-Hotspots, die sich nach 1989 in Leipzig rasant entwickelt haben. Sein Name geht wohl auf ein Franziskanerkloster zurück, welches durch diese enge Gasse zu erreichen war – denn die Ordensmitglieder wurden auch als Barfüßer bezeichnet. Heute zieht das historische Ambiente Touristen und Einheimische magisch an.

✉ www.leipzig.travel/de/gastronomie_1422.html



Leipzigs Kneipenmeile im Barfußgässchen

Messe [er'folkräiç]

Ausgesprochen erfolgreich. Wenn Jahr für Jahr über 150.000 Aussteller auf 85 % aller Entscheider der deutschen Wirtschaft treffen, sollten Sie nicht fehlen. Auf den deutschen Messen. Wo wirklich Geschäfte gemacht werden. Seien Sie dabei! Mit Unterstützung von der Messeauswahl über Fördermöglichkeiten bis zu erprobten Planungstools unter: www.erfolgmessen.de

