



EUROEXPO

Messe- und Kongress-GmbH
Joseph-Dollinger-Bogen 7
D- 80912 München
Tel.: +49 (0)89 323 91-253
Fax: +49 (0)89 323 91-246
www.euroexpo.de
www.logimat-messe.de

**2. Internationale Fachmesse für Distribution,
Material- und Informationsfluss
18. bis 20. März 2015, Nanjing International Expo Centre**

Nanjing/München, 23.3.2015

Presseinformation

2. LogiMAT China 2015 in Nanjing – Abschlussbericht

Die LogiMAT wächst auch in China

Die LogiMAT China 2015 schließt ihre Tore mit einem Kennzahlen-Plus in allen Bereichen. Fachpublikum räumt der Messe einen hohen Stellenwert für den asiatischen Markt ein. Rahmenprogramm macht die LogiMAT China zur Botschafterin für den Exportschlager Industrie 4.0.

Die LogiMAT China 2015 hat sich auf dem heimischen Markt etabliert. Mit einem Zuwachs bei Ausstellern und Besuchern um vier Prozent sowie einer auf 8.000 Quadratmeter (+14 Prozent) gestiegenen Ausstellungsfläche erfüllt der Zuspruch für die LogiMAT China im zweiten Jahr ihres Bestehens die Erwartungen der Veranstalter. „Mit dem Ergebnis liegen wir im Rahmen unserer Planungen“, resümiert Messeleiter Peter Kazander. „Die Metropole der Logistik-affinen Provinz Jiangsu, die als ökonomisch stärkste Provinz Chinas gilt, zeigt sich als gute Standortwahl für die LogiMAT China.“

Auf der von der EUROEXPO Messe- und Kongress-GmbH, München, und den Partnern Landesmesse Stuttgart GmbH und Nanjing Municipal Bureau of Commerce veranstalteten Intralogistik-Messe präsentierten vom 18. bis 20. März im Nanjing International Expo Centre knapp 80 Aussteller aus elf Ländern Europas und Asiens ihre Lösungen für effiziente Intralogistik-Prozesse. Als führende europäische Brands waren unter anderem Egemin, Kardex, Konecranes, Miebach Consulting, Mettler-Toledo, Nerak Fördertechnik, SSI Schäfer, Stow und die Westernacher Business Management Consulting AG in Nanjing vertreten. Die Reihe der asiatischen Aussteller reichte von A wie Axter AGV, Hersteller Fahrerloser Transportsysteme, über die Staplerhersteller Hyster, Nanjing Noblelift und Toyota, bis Z wie dem Förderrollen-Hersteller Zhejiangdamon Industrial Equipment. „Dabei unterstrichen die durchaus eigenständigen und teilweise innovativen Exponate der heimischen Aussteller, dass in Asien längst nicht mehr nur kopiert wird“, urteilt Kazander. Bereits auf der LogiMAT 2015 in Stuttgart hätten asiatische Aussteller wie BYD mit ihren Produkten gezeigt, dass ‚Made in China‘ kein Billiglabel, sondern eine an Qualität, Markt und wettbewerbsfähigem Export orientierte Marke sei. „Auch in China müssen die Lohnkosten und der demografische Wandel im Blick behalten und die Prozesseffizienz gesteigert werden“, so der Messechef. „Dazu braucht es praktikable Lösungen und hochwertige Produkte.“

Knapp die Hälfte der Besucher reiste aus einem Radius von bis zu 100 Kilometer rund um die Metropolregion Nanjing zur LogiMAT China an. Weitere 21 Prozent hatten eine Anfahrt von mehr als 300 Kilometer. 15 Prozent der Befragten reisten von außerhalb Chinas an. Gut zwei Drittel des Fachpublikums kam aus den Bereichen Warehousing, Maschinenbau, Fahrzeugbau sowie IT- und Elektro-Equipment. Sie suchten vor allem nach Ident-Systemen, Warehousing- und Steuerungssoftware (40 %), Innovationen bei Logistik-Systemen (35 %), neue Warehousing-Lösungen (25 %) sowie Handling- und Lagertechnik (25 %). Zudem bezeichneten sich 69 Prozent der Besucher als Entscheider – 92 Prozent von ihnen, mithin zwei von drei Messebesuchern, kamen mit konkreten Vorhaben zur Investition und Auftragsvergabe auf die LogiMAT China.

Besonders beeindruckt zeigt sich Messechef Kazander von der rasanten Entwicklungsgeschwindigkeit, mit der aktuelle Trends im asiatischen Markt aufgenommen werden. „Im vergangenen Jahr war das Thema Industrie 4.0 fast Neuland für das Publikum und die asiatischen Aussteller“, erklärt Kazander. „In diesem Jahr waren alle bestens im Thema.“ Zusätzlichen Informationsbedarf hätten die mit jeweils bis zu 180 Teilnehmern durchweg hervorragend besuchten Fachforen gedeckt, in denen die Entwicklungstreiber Industrie 4.0 und E-Commerce auch auf der LogiMAT China eine zentrale Rolle spielten. Impulsvorträge zu diesen Themen hielten als Hauptredner unter anderen Prof. Dr. Dianjun Fang von der Tongji University, Shanghai, Dominik Bühring, Geschäftsführer Miebach Consulting, Shanghai, und Dr. Martin Weiss, Geschäftsführer Westernacher Consulting.

Dem entsprechend fiel das Urteil der unabhängigen Besucherbefragung aus: Auf der Schulnotenskala 1 bis 6 erhielt die LogiMAT China vom Publikum die Note 2,3. 94 Prozent der Fachbesucher werden die LogiMAT China weiterempfehlen. 62 Prozent halten die LogiMAT China für eine besonders wichtige Messe. „Mit ihrem hochgradig besetzten Rahmenprogramm, der Publikumsresonanz und der Entwicklung innerhalb des vergangenen Jahres kann die LogiMAT China durchaus als Botschafterin für den Exportschlager Industrie 4.0 bezeichnet werden“, resümiert der Messechef. „Das Konzept der Marke LogiMAT hat sich in der starken Intralogistik-Region Jiangsu, aus der 61 Prozent der Besucher kamen, etabliert. Wir blicken mit hohen Erwartungen auf die LogiMAT China 2016.“

Die LogiMAT China 2016 findet vom 19. bis 21. April 2016 statt.

München 23.3.2015 – 4.750 Anschläge, Abdruck honorarfrei, Belegexemplar erbeten an EUROEXPO GmbH, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, 80912 München.