



**16. Internationale Fachmesse für Intralogistik-Lösungen und Prozessmanagement  
13. bis 15. März 2018, Messe Stuttgart**

Im Rahmen der LogiMAT:



**EUROEXPO**

Messe- und Kongress-GmbH  
Joseph-Dollinger-Bogen 7  
D - 80807 München  
Tel.: +49 (0)89 32391-259  
Fax: +49 (0)89 32391-246  
www.euroexpo.de  
www.logimat-messe.de  
www.tradeworld.de

München, 15.03.2018

## Presseinformation

### LogiMAT 2018 in Stuttgart – Abschlussbericht **LogiMAT 2018 übertrifft alle Erwartungen**

**Die 16. LogiMAT – Internationale Fachmesse für Intralogistik-Lösungen und Prozessmanagement schließt ihre Tore erneut mit einem markanten, prozentual zweistelligen Wachstum bei Besuchern, Ausstellern und Ausstellungsfläche.**

Mit 55.300 Fachbesuchern (+10,2 %) an den drei Messetagen, 1.564 internationalen Ausstellern (+13 %) und zweistelligen Zuwachsraten bei der Brutto- (+14,6 %) und Nettoausstellungsfläche (+16,7 %) endet die 16. LogiMAT – Internationale Fachmesse für Intralogistik-Lösungen und Prozessmanagement erneut mit Spitzenwerten. Damit hat die LogiMAT ihre Besucherzahlen im Drei-Jahres-Zeitraum von 2015 (35.105) bis 2018 um deutlich mehr als 50 Prozent gesteigert. Die Zahl der Aussteller legte im gleichen Zeitraum um mehr als 35 Prozent von 1.152 auf 1.564 Unternehmen zu. „Der erneut deutliche Anstieg der Besucherzahlen auf dem ohnehin bereits sehr hohen Niveau der LogiMAT freut uns und hat unsere Erwartungen noch einmal übertroffen“, konstatiert Peter Kazander, Geschäftsführer des LogiMAT-Veranstalters EUROEXPO Messe- und Kongress-GmbH, München, zufrieden. „Der stete Zuspruch von Fachbesuchern und Ausstellern ist es, der den Stellenwert einer Fachmesse ausmacht. Mit den aktuellen Ergebnissen unterstreicht die 16. Internationale Fachmesse für Intralogistik-Lösungen und Prozessmanagement einmal mehr die Position der LogiMAT als weltweit bedeutendste Fachmesse für Intralogistik.“

Auf 117.000 Quadratmetern Ausstellungsfläche zeigten Aussteller aus knapp 40 Ländern, darunter rund 360 Neuaussteller und mehr als 50 namhafte Anbieter aus Übersee, Australien, Neuseeland, Asien und Nordamerika, ihr Produkt- und Lösungsspektrum für effiziente Prozesse in der Intralogistik. Allein im Vorfeld der Messe wurde dabei die Präsentation von 122 Weltpremieren angekündigt.

Das Messegeschehen wurde vom unabhängigen Baseler Marktforschungsinstitut Wissler & Partner dokumentiert. Den von ihm ermittelten Zahlen zufolge kam jeder fünfte Messebesucher aus dem Ausland nach Stuttgart – elf Prozent davon aus Asien und Amerika. „Sowohl das Aussteller-Portfolio wie auch der wachsende Anteil der internationalen Fachbesucher spiegeln die kontinuierlich zunehmende Internationalisierung der LogiMAT“, erklärt Kazander. „Mit unseren Aktivitäten in China und im Iran werden wir diese Entwicklung der Marke LogiMAT intensivieren und weiter fördern.“

Für die Anreise zur 16. LogiMAT hatten 41,3 Prozent des Fachpublikums einen Reiseweg von mehr als 300 Kilometer. Nach Branchen aufgeschlüsselt sind 59,3 Prozent der Fachbesucher der Industrie und 14,7 Prozent dem Groß- und Einzelhandel zuzuordnen. Das Gros der Fachbesucher (84,1 %) war als Entscheider vor Ort, um sich ein Bild von den aktuellen Lösungsangeboten für die Intralogistik zu machen und die Angebote direkt miteinander zu vergleichen. 41,1 Prozent der Besucher hatten konkrete Investitionsvorhaben im Gepäck. Mehr als fünf Prozent der Fachbesucher erteilten auf der Messe einen Zuschlag, 17,4 Prozent werden ihre Aufträge unmittelbar nach der Messe vergeben. „Die LogiMAT ist eine hochspezialisierte Informationsplattform und Arbeitsmesse“, unterstreicht Kazander. „Hier werden Geschäfte angebahnt und abgeschlossen.“

Weitere Zuwächse verzeichnete überdies die als strategisches Kompetenzfeld in die LogiMAT integrierte TradeWorld. Die Kompetenz-Plattform für Produkte und Lösungen, die speziell auf die Prozesse der Handelslogistik und des Omnichannelling ausgerichtet sind, verbuchte einen Ausstellerzuwachs von fast zehn Prozent. Zudem konnte die TradeWorld 2018 bei der Akzeptanz des Fachpublikums punkten: 68,3 Prozent der diesbezüglich befragten Besucher bewerteten die TradeWorld insgesamt mit den Schulnoten 1 und 2.

Darüber hinaus wurde auf der LogiMAT bekannt gegeben, dass Messeleiter Peter Kazander als Frontmann der LogiMAT von kommendem Jahr an in die zweite Reihe tritt. Als „Gesicht der LogiMAT“ übernimmt Michael Ruchty aus dem Team der EUROEXPO künftig die Projektleitung der Internationalen Fachmesse für Intralogistik-Lösungen und Prozessmanagement. „Mir ist bewusst, dass ich in gewaltige Fußstapfen trete“, sagt der Projektleiter der 17. LogiMAT. „Ich habe die operativen Prozesse lange begleiten dürfen und freue mich auf die neue Herausforderung. Es wird viel Kreativität erforderlich sein, aber ich weiß einen kompetenten Ansprechpartner in meiner Nähe und bin sicher, dass das Team der EUROEXPO die Erfolgsgeschichte der LogiMAT fortschreiben wird.“

4.450 Anschläge inklusive Leerzeichen

*München, den 15.03.2018 Abdruck honorarfrei, Belegexemplar erbeten an EUROEXPO Messe- und Kongress-GmbH, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, 80912 München*

Veranstalter:

EUROEXPO Messe-und Kongress-GmbH

Joseph-Dollinger-Bogen 7, 80807 München, Tel.: +49 (89) 32391-259

Fax: +49 (89) 32391-246

Mehr Informationen unter: [www.logimat-messe.de](http://www.logimat-messe.de) und [www.tradeworld.de](http://www.tradeworld.de)

Über die LogiMAT

Die 17. LogiMAT, Internationale Fachmesse für Intralogistik-Lösungen und Prozessmanagement, findet vom 19. bis 21. Februar 2019 auf dem Messegelände Stuttgart direkt am Flughafen statt. Die LogiMAT gilt als weltweit größte Fachmesse für Intralogistik. Sie bietet einen vollständigen Marktüberblick über alles, was die Intralogistik-Branche von der Beschaffung über die Produktion bis zur Auslieferung bewegt. Internationale Aussteller zeigen bereits zu Beginn des Jahres innovative Technologien, Produkte, Systeme und Lösungen zur Rationalisierung, Prozessoptimierung und Kostensenkung der innerbetrieblichen logistischen Prozesse.

Im Rahmen der LogiMAT zeigt die TradeWorld – Kompetenz-Plattform für Handelsprozesse – Produkte und Lösungen zu E-Commerce und Omnichannel. Der Themenkomplex unterstreicht die enge Verzahnung von Handels- und Logistikprozessen. Die Gesamtveranstaltung bietet neben der Ausstellung täglich wechselnde Vortragsreihen inmitten der Hallen zu den unterschiedlichsten Themen.

Die nächste LogiMAT China wird im April 2019 in Shanghai ausgerichtet. Die Marke LogiMAT wird überdies mit den „Intralogistics Solutions by LogiMAT“ vom 26. bis 29. Juni 2018 auf der AMB Iran in Teheran vertreten sein.

## Statements der Aussteller LogiMAT 2018

### Bedeutung der LogiMAT

„Trotz aller Digitalisierung: Der Kundenkontakt und die Neukundenakquirierung Face-to-Face sind unabdingbar. Die LogiMAT bildet dafür die ideale Basis.“

**Markus Berger, Geschäftsführer, Kaiser+Kraft GmbH, Stuttgart**

„Mehr Standbesucher, Bestandskunden- und vielversprechende Neukontakte – für uns ist die LogiMAT 2018 eine sehr gute Messe. Sie bietet hinsichtlich Technik, Marktsituation und Netzwerk alles, was man wissen muss. Alle, die Rang und Namen haben, sind in Stuttgart vor Ort.“

**Michael Deininger, Direktor Marketing EMEA, Crown Gabelstapler GmbH & Co. KG, Feldkirchen**

„Veni, vidi, vici – wir waren zum ersten Mal auf der LogiMAT, haben gesehen und richtig tolle Kunden für uns gewonnen. Wir werden auch an der 17. LogiMAT teilnehmen.“

**Vanda de Motte, Geschäftsführung, dMT Ecotech GmbH, Grasbrunn**

„Wir sind seit Jahren mit den Ergebnissen zufrieden, die wir auf der LogiMAT erzielen. In diesem Jahr gab es an unserem Stand wieder eine deutliche Steigerung und ausgesprochen viel Betrieb mit konkreten Anfragen. Für uns ist die LogiMAT die absolute Hauptmesse.“

**Lothar Hättich, Geschäftsführer, Pierau Unternehmensberatung GmbH, Hamburg**

„Wir verzeichnen in diesem Jahr eine deutlich verbesserte Qualität der Leads. Die Anzahl der tatsächlichen Opportunities hat sich spürbar erhöht.“

**Jessica Heinz, Direktor Marketing, Dematic GmbH, Heusenstamm**

„Hervorragende Stimmung. Das Publikum wird immer internationaler und kommt mit konkreten Investitionsvorhaben auf unseren Messestand. Die Nachfragen umfassen insbesondere interessante Projekte rund um Industrie 4.0 und das Internet der Dinge. Bei uns steht die LogiMAT als bedeutendste Messe ganz oben im Ausstellungskalender.“

**Ralf Hoffmann, Marketing Manager, Miebach Consulting GmbH, Frankfurt/Main**

„Doppelt so viele belastbare Leads wie im Vorjahr für sehr konkrete Projekte. Die LogiMAT ist eine exzellente Kontaktplattform und unsererseits auch für die nächsten Jahre gesetzt.“

**Dr. Giovanni Prestifilippo, Geschäftsführer, PSI Logistics GmbH, Berlin**

„Wir als B2B-Hersteller resümieren bislang einen sehr guten Messeverlauf. Es ist permanent hohes Aufkommen an unserem Messestand mit vielen interessanten Leads. Unsere Erwartungen haben sich mehr als erfüllt. Wir präsentieren uns jetzt ausschließlich auf der LogiMAT und nicht mehr in Hannover.“

**Gerald Schmitt, Marketing Manager, Kaup GmbH & Co. KG, Aschaffenburg**

„Wir sind mit dem Messeverlauf in diesem Jahr sehr zufrieden. Es sind viele Entscheider an unserem Messestand, die umgehend eine Rückmeldung geben. Wir konnten hier bereits Projektzusagen festschreiben. Die LogiMAT ist die Nummer 1 in Sachen Logistik.“

**Christian Schulz, Marketing, Wanko Informationslogistik GmbH, Ainring**

„Wir verzeichnen an beiden Messeständen guten Zuspruch – die Besucherzahlen und die Qualität der Anfragen mit konkreten Projektanfragen sowohl im Software- als auch im System-Bereich sind dabei noch weiter gestiegen. Für einen Aussteller macht es Spaß, hier zu sein.“

**Dr. Matthias Schweizer, Leiter Marketing, Viastore-Gruppe, Stuttgart**

„Wir konstatieren ein hohes Maß ausländischer Besucher und entsprechende Anfragen aus dem Ausland. Für die positive Entwicklung der LogiMAT an sich verdient die Messeleitung ein großes Lob. Wir wollen die LogiMAT nicht mehr missen.“

**Claudia Signorelli, Leitung Marketing, Toyota Material Handling Deutschland GmbH, Isernhagen**

„Der erste Tag war schon gut, aber der zweite Messetag lässt sich nur noch mit ‚sehr gut‘ bezeichnen: Viele Neukundenkontakte und konkrete Anfragen für Optimierungsprojekte mit Einbindung von RFID, die durchweg sehr individuelle, kundenspezifische Lösungen erfordern.“

**Jan Sünneker, Geschäftsleitung Vertrieb, Georg Utz GmbH, Schüttorf**

„Die LogiMAT ist meiner Meinung nach die Leitmesse der Logistik.“

**Hans-Jörg Wildhagen, Geschäftsführender Gesellschafter, Coglas GmbH, Wunsdorf**

### **Bedeutung der TradeWorld**

„Aus Ausstellersicht hat die TradeWorld sich sehr gut entwickelt. Wir sind von Beginn an dabei. Die beste Messe: Hier kommen Industriekunden, Hersteller und Großhändler zusammen. Wir hatten in diesem Jahr bereits am ersten Tag so viele qualifizierte Kontakte wie in den Vorjahren an den drei Messtagen insgesamt.“

**Raimund Bergler, Geschäftsführer, Bergler Industrieservices GmbH, Gelnhausen**

„Als Firmengruppe decken wir mit Fulfillment und einer Lagersoftware zwei zentrale Themen ab und konnten auf der TradeWorld unterschiedliche Interessen der Messebesucher bedienen. Wir nehmen viele bereichernde Gespräche und vielversprechende Kontakte mit.“

**Jenny Clasen, Business Development, 4elements.the synergy group, Reinbek bei Hamburg**

„Die TradeWorld ist für einen Teil unserer Kunden interessant. Das wird auch für andere Aussteller gelten. Damit zieht ihre Einbindung in die LogiMAT zusätzliche Besucher und potenzielle Auftraggeber.“

**Lothar Hättich, Geschäftsführer, Pierau Unternehmensberatung GmbH, Hamburg**

„Marketing und Durchführung der TradeWorld sind sehr professionell. Wir waren zum ersten Mal dabei und konnten neben unserer Bestandskundenpflege gute Kontakte im Networking aufbauen.“

**Guido Müller, Vertrieb/Projektmanagement, ElectronicSales GmbH, Parsberg**

„Die TradeWorld bietet uns eine solide Plattform, unseren Bekanntheitsgrad zu steigern. Wir konnten eine interessante Substanz an Neukontakten generieren.“

**Oliver Schmitz, Area Sales Manager, Paragon Customer Communications, Korschenbroich**

„Die TradeWorld spricht zusätzliche Besuchergruppen an. Das kommt den Ausstellern insgesamt zugute.“

**Dr. Matthias Schweizer, Leiter Marketing, Viastore-Gruppe, Stuttgart**