

Messe+Co

2.2019

Das NürnbergMesse Magazin | *The NürnbergMesse Magazine*

**Brücken in die
Zukunft bauen**

NürnbergMesse Brasil feiert zehnjähriges Bestehen

**Building bridges
to the future**

NürnbergMesse Brasil celebrates 10th anniversary

NÜRNBERG MESSE

Brasilien ist viel mehr

Samba, Caipirinha, Zuckerhut – Brasilien-Klischees sind schnell aufgezählt. Doch das Land bietet so viel mehr. Es ist riesig in seinen Dimensionen: Zweimal die Fläche der EU, zweieinhalbmal die Einwohnerzahl Deutschlands. Es ist einzigartig in seiner Vielfalt: als das größte der 17 „Megadiversitäts“-Länder, die 70 Prozent aller an Land lebenden Arten beherbergen. Und es ist weltweit spitze, was die Diversität der Märkte bei Messen betrifft: mit der NürnbergMesse Brasil, die 2019 ihr zehnjähriges Jubiläum feiert, als einem der großen Player. Ihren Sitz hat sie in São Paulo, mit Blick auf eines der Wahrzeichen der Stadt, die Ponte Estaiada Octávio Frias de Oliveira – unser Titelbild.



Die Messe+Co-Redaktion:
Maximilian Hensel (li.)
und Reinhold Gebhart.

Messe+Co editors:
Maximilian Hensel (left)
and Reinhold Gebhart.

There's so much more to Brazil

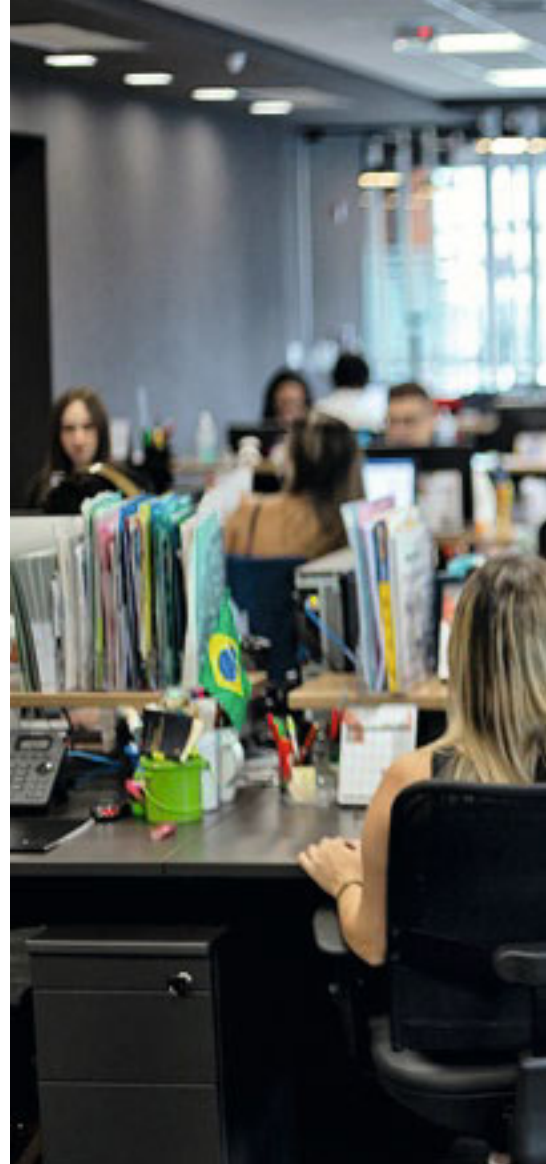
Mention Brazil and most people immediately think of samba, caipirinha cocktails, and Sugarloaf Mountain – and yet the country has so much more to offer. It's vast, covering an area twice the size of the EU and with a population two and a half times that of Germany. Its biodiversity is unique: It's the largest of the 17 megadiverse countries that host 70 per cent of all terrestrial species. And it's also the world's No. 1 in market diversity at trade fairs, with NürnbergMesse Brasil, which celebrates its tenth anniversary in 2019, as one of the major players. The company is based in São Paulo and looks out on one of the city's landmarks, the Octávio Frias de Oliveira Bridge, pictured on our cover.

Viel Spaß beim Lesen wünscht Ihnen

Ihr Messe+Co-Redaktionsteam

We hope you enjoy this issue of our magazine

Your Messe+Co editorial team



Über Ihr Lob und Ihre Kritik
freuen wir uns:

redaktion@messe-co.de

Whether it's praise or
criticism, we look forward
to your feedback:

redaktion@messe-co.de

Herausgeber / Publisher NürnbergMesse GmbH

Messezentrum / Exhibition Centre,
90471 Nürnberg / Nuremberg, Germany

Tel / Phone +49 9 11 86 06-0

Fax +49 9 11 86 06-82 28

Vertretungsberechtigung / Authorized Representatives:

Geschäftsführer / CEOs Dr. Roland Fleck, Peter Ottmann
redaktion@messe-co.de / www.nuernbergmesse.com

Verlag / Publishing company Vincentz Kundenmedien

Postfach 6247, 30062 Hannover / Hanover, Germany

www.vincenz-kundenmedien.de

© Vincentz Network GmbH & Co. KG

Redaktion / Editors Dr. Thomas Koch (V.i.S.d.P. /
responsible for content under German press law),
Maximilian Hensel (verantwortlicher Redakteur /
executive editor), Julia Peter, Reinhold Gebhart,
Katinka Jaekel

Gestaltung / Design Angelika Jungvogel

Druck / Printing Gutenberg Beuys Feindruckerei GmbH

Titelbild / Cover photo Adobe Stock/Thiago



14

Fokus: Brasilien
Focus: Brazil

Foto/Photo: NürnbergMesse Brasil



12

Menschen People
Philip Harting

Foto/Photo: AUMA/Michael Fährig



30

Franken tanzt Samba
Samba comes to Franconia

Foto/Photo: Samba.co

6 News

10 Messe-Check Fair check

Vorteil: Gemeinschaftsstand
Advantage: pavilion

12 Menschen People

Philip Harting:
neuer AUMA-Vorsitzender
the new AUMA president

14 Fokus: Brasilien

NürnbergMesse Brasil blickt
optimistisch in die Zukunft

Focus: Brazil

NürnbergMesse Brasil looks
optimistically to the future

26 Inside: NürnbergMesse

Neuer starker Partner im Südosten Europas
Strong new partner in southeastern Europe

28 Steckbrief Profile

BIOFACH World rund um den Globus präsent
BIOFACH World: A global presence

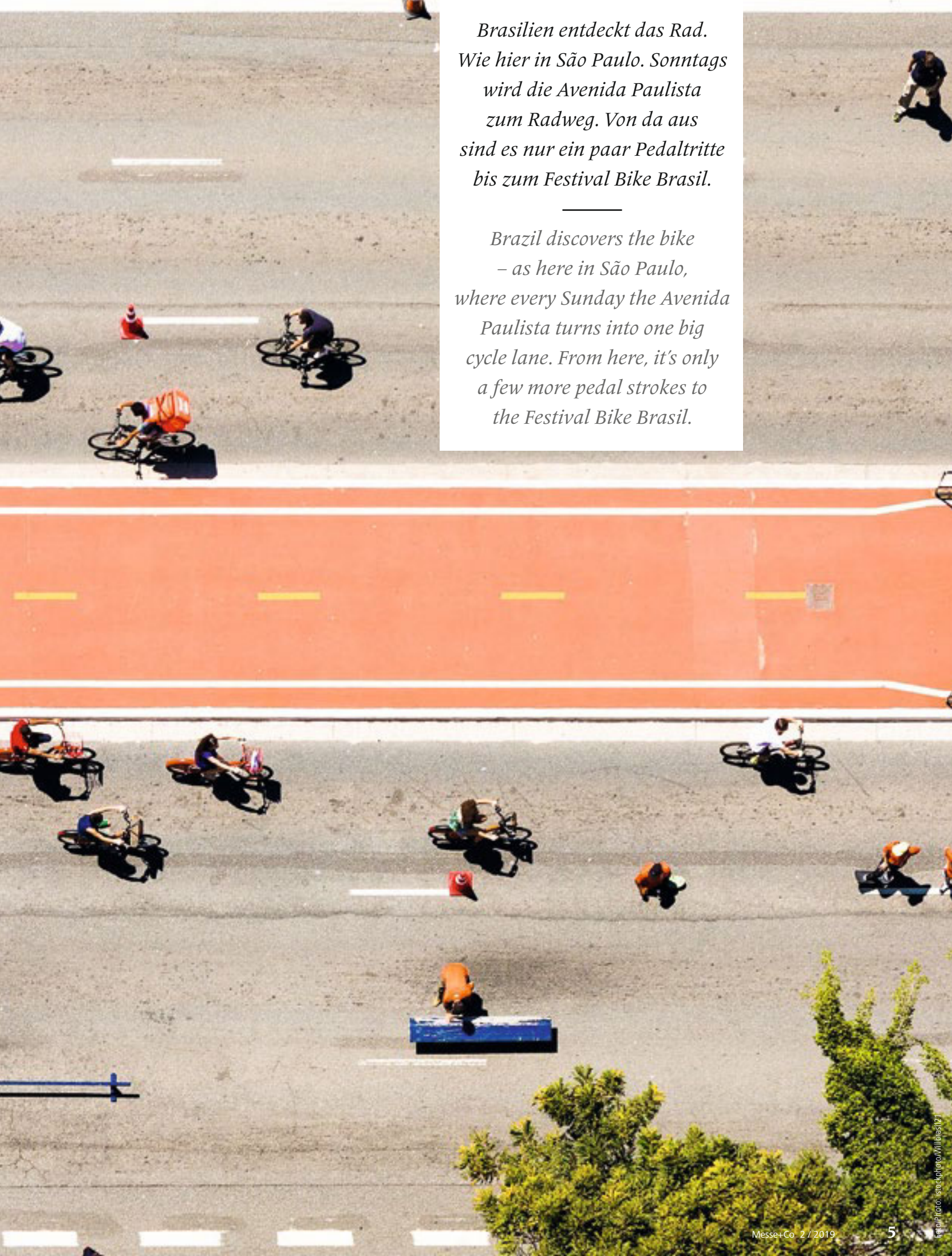
32 Nürnberg Nuremberg

Goldener Ring unterstützt regionale Olympia-Kandidaten
Nuremberg association supports Olympic hopefuls

35 Eine von ... One of ...

... 402 Ausstellern bei der MedtecLIVE
... 402 exhibitors at MedtecLIVE





*Brasilien entdeckt das Rad.
Wie hier in São Paulo. Sonntags
wird die Avenida Paulista
zum Radweg. Von da aus
sind es nur ein paar Pedaltritte
bis zum Festival Bike Brasil.*

*Brazil discovers the bike
– as here in São Paulo,
where every Sunday the Avenida
Paulista turns into one big
cycle lane. From here, it's only
a few more pedal strokes to
the Festival Bike Brasil.*



Yakima Chief Hops

@YakimaChief . 18. Mai
We had an amazing time in Shanghai this week, meeting brewers from around the world. #CBCE #hopshot #hopburst #greatbeer-growshere #hops #beer #craftbeer #brewing #homebrewing #ychhops #ych #yakimachief #yakimachiefhops #craftbeerchina #corporatesocialresponsibility



CQURE Academy

@CQUREAcademy . 15. Mai
We are so happy to be here in Mumbai again at it-sa India. @PaulaCqure is a keynote speaker! Today at 12:15 in Bombay Exhibition Centre, Hall Grande Paula will convince you to think and act like hackers to protect your company's assets. But not only. #itsaIndia #cybersecurity



Hanningfield @hanningfield_uk

Our guys had a brilliant time at #POWTECH yesterday in Nuremberg! It was great catching up with customers and seeing some exciting new products and industry developments. #POWTECH2019 @Powtech



Auguri! Italienischer Verdienstorden für Dr. Roland Fleck

Große Ehre für Dr. Roland Fleck: Der Staatspräsident der Republik Italien, Sergio Mattarella, hat dem Nürnberg-Messe-Geschäftsführer den Verdienstorden „Cavaliere dell'Ordine della Stella d'Italia“ verliehen. Der italienische Generalkonsul in Bayern, Enrico de Agostini, überreichte Orden und Urkunde im Nürnberger Honorarkonsulat der Republik Italien bei Dr. Günther Kreuzer. Mit der Auszeichnung werden Flecks Verdienste um die deutsch-italienischen Wirtschaftsbeziehungen gewürdigt. Italien spielt bei der NürnbergMesse als Partnerland eine wichtige Rolle auf Aussteller- und Besucherseite.



Dr. Roland Fleck (Mi.), flankiert von Enrico de Agostini (li.) und Dr. Günther Kreuzer.

315,1

Mio. Euro

million euros

Mit diesem Umsatz und einem Gewinn von 28 Millionen Euro hat die NürnbergMesse 2018 das beste Geschäftsjahr der Unternehmensgeschichte abgeschlossen. Weitere Kennzahlen: über 35.000 Aussteller, mehr als 1,5 Millionen Besucher und über 1,2 Millionen Quadratmeter Netto-Ausstellungsfläche.

in sales revenue and a profit of 28 million euros in 2018 have given Nürnberg-Messe its best fiscal year in the company's history. Other KPIs worth noting: more than 35,000 exhibitors, over 1.5 million visitors, and in excess of 1.2 million square metres of exhibition space.



Dr Roland Fleck (centre) with Enrico de Agostini (left) and Dr Günther Kreuzer.

Auguri! Italian Order of Merit for Dr Roland Fleck

A great honour for Dr Roland Fleck: The President of the Republic of Italy, Sergio Mattarella, awarded Nürnberg-Messe CEO the "Cavaliere dell'Ordine della Stella d'Italia" (Knight of the Order of the Star of Italy). The Italian Consul General to Bavaria, Enrico de Agostini, presented the medal and certificate to Dr Fleck at the Italian Honorary Consulate in Nuremberg in the presence of its Head of Mission Dr Günther Kreuzer. The accolade acknowledges the services of Dr Fleck to German-Italian economic relations. Italy is an important partner to NürnbergMesse and is responsible for a large contingent of exhibitors and visitors.



CEO Peter Ottmann mit Bärbel Schnell, der Geschäftsführerin des Olympia-Verlags.

CEO Peter Ottmann with Bärbel Schnell, Managing Director of Olympia Verlag.

Premiere: „kicker Convention“

eSport ist in: Sportler wie Jae-hee „Gesture“ Hong sind echte Superstars. Auch Bundesligavereine wie Werder Bremen und Schalke 04 mischen mit. Am 7. November starten der Olympia Verlag (kicker Sportmagazin) und die NürnbergMesse die „kicker Convention“, Fokus-thema ist eSport. Die neue Business-Plattform im Sport soll Unternehmen, die im Sportsponsoring aktiv sind, mit Vereinen, Sportlern, Verbänden und Agenturen vernetzen und das Ökosystem Sport zielgruppen-gerecht abbilden.

www.kicker-convention.de

Premiere for “kicker Convention”

E-sport is in! Players like Jae-hee „Gesture“ Hong are real superstars, and German Bundesliga clubs like Werder Bremen and Schalke 04 are also getting involved. On 7 November 2019, Olympia Verlag (publisher of “kicker” sports magazine) and NürnbergMesse will launch the “kicker Convention,” which will put the spotlight on e-sport. The new business platform for the sport is designed to facilitate networking between companies involved in sports sponsoring and clubs, sports people, associations, and agencies, and it will represent the sport ecosystem in a way that reaches the appropriate target groups.

www.kicker-convention.de

Technologie fürs Leben

Ärzte-Apps, Online-Sprechstunden, OP-Roboter: Der digitale Wandel gibt der Medizinbranche rasante Impulse. Davon konnten sich im Mai die Besucher der MedtecLIVE überzeugen. Mit über 400 Ausstellern und mehr als 4.500 Fachbesuchern aus 50 Ländern etablierte sich die neue Veranstaltung aus dem Stand als zweitgrößter Branchentreffpunkt in Europa. Auch der integrierte Kongress MedTech Summit lockte Hersteller, Anwender und Forscher zu interdisziplinären Diskussionen ins Messezentrum Nürnberg. Der Termin für 2020 steht bereits fest: 31. März bis 2. April 2020.



Impulse für die Medizinbranche gibt es bei der MedtecLIVE in Nürnberg.

There's plenty of inspiration for the medical technology sector at MedtecLIVE in Nuremberg.

FotoPhoto: Nürnberg Messe/Heiko Stahl

Technology for life

With doctors' apps, online consultations, and operating theatre robots, the digital transformation is triggering fast-paced changes in the medical sector. Visitors to MedtecLIVE in May could see this for themselves. With more than 400 exhibitors and over 4,500 trade visitors from 50 countries, the new event has established itself from the very outset as the second-largest industry gathering in Europe. The integrated congress MedTech Summit also attracted equipment manufacturers, users and researchers to the Nuremberg Exhibition Centre for interdisciplinary discussions. The dates for the next event have already been set: 31 March to 2 April 2020.

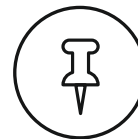


Vorsicht, kreative Geister unterwegs!

Wärmflasche und Druckbleistift: Kluge Köpfe aus Kroatien haben schon weltbekannte Dinge erfunden. 2019 ist Kroatien Partner der iENA. Vom 31. Oktober bis zum 3. November läuft diese internationale Fachmesse für Ideen, Erfindungen und Neuheiten parallel zur Publikumsmesse Consumenta. Außerdem findet am 31. Oktober der Innovationskongress „Innovationen erfolgreich managen“ statt.

Look out, creative minds at large!

The hot water bottle and the mechanical pencil are just two of the world-famous items invented by smart people from Croatia. In 2019, Croatia will be the official partner to iENA, the international trade fair for ideas, inventions, and new products, which takes place in parallel with consumer fair Consumenta from 31 October to 3 November. The innovation congress "Successfully managing innovations" will also be held on 31 October.



Ein Spiel, drei Gewinner: Die Spielwarenmesse eG und die NürnbergMesse haben ihre vertragliche Zusammenarbeit vorzeitig bis 2028 verlängert. Nürnberg bleibt damit die Welthauptstadt des Spielens. Die 71. Auflage der Fachmesse findet vom 29. Januar bis 2. Februar 2020 statt.

One game, three winners: Spielwarenmesse eG and NürnbergMesse have renewed their contractual collaboration to 2028, ahead of schedule, making Nuremberg the world's capital of play. The 71st round of the Nuremberg International Toy Fair will take place from 29 January to 2 February 2020.

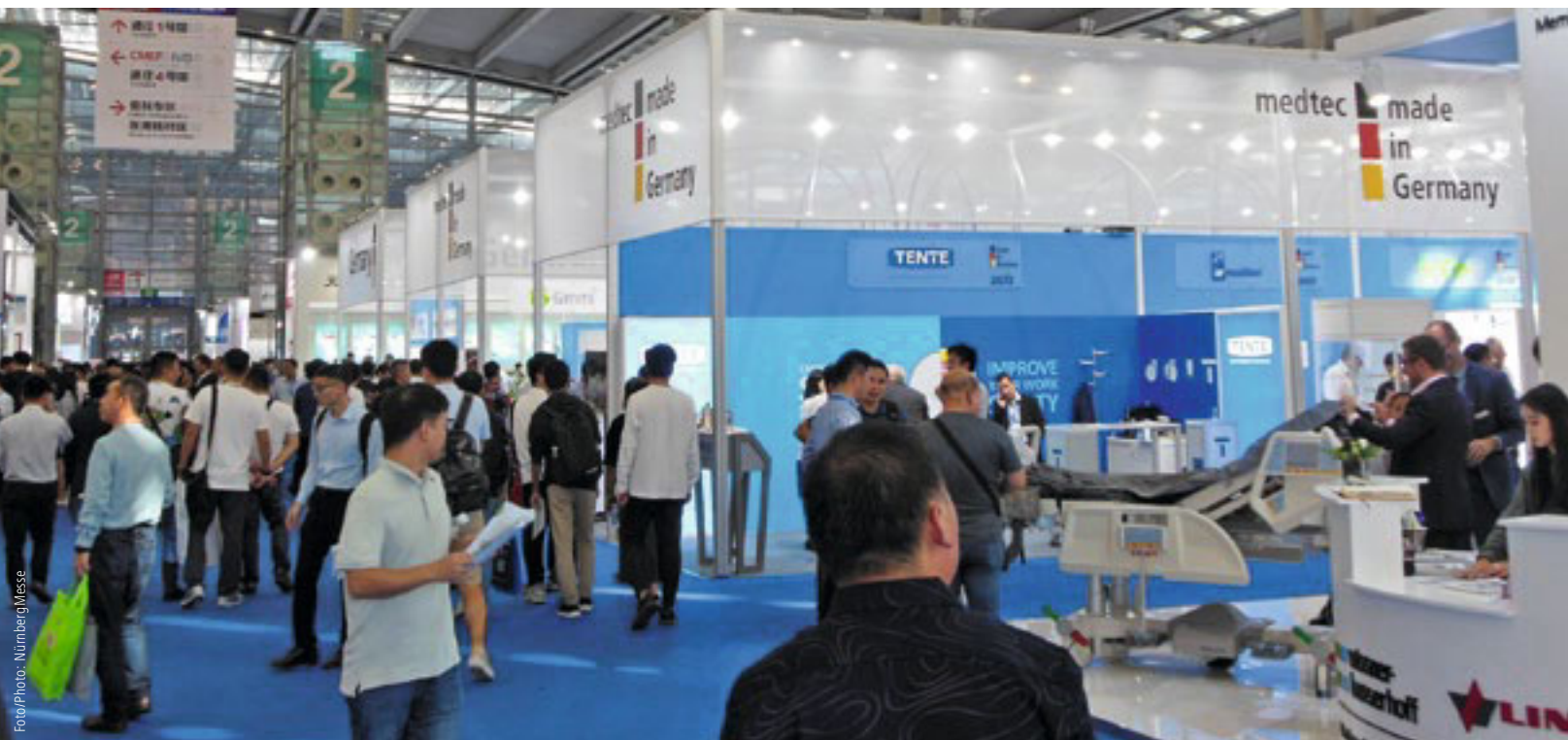


Wachstum bis nach Mexiko

Nach den USA ist Mexiko Bayerns wichtigster Handelspartner auf dem amerikanischen Kontinent. Die Freihandelsabkommen mit amerikanischen Staaten sowie mit der EU machen Mexiko zu einem Markt mit hohem Zukunftspotenzial. Gerade der Bereich Automotive wie auch die mexikanische Lebensmittelbranche wachsen stetig. Die NürnbergMesse tritt mit gleich zwei Fachmessen in den mexikanischen Markt ein: Die Beviale Mexico, das neueste Mitglied der Beviale Family, öffnet im Juli 2020 in Guadalajara zum ersten Mal ihre Tore. Zudem geht auch die EUROGUSS Mexico im Herbst 2020 in Guadalajara offiziell an den Start.

Growth as far as Mexico

After the USA, Mexico is Bavaria's most important trading partner on the American continent. Its free trade agreements with the Americas and the EU make Mexico a market with great potential for the future. The automotive industry in particular and the Mexican food sector are enjoying steady growth. NürnbergMesse is making its debut in the Mexican market with two trade fairs: Beviale Mexico, the newest member of the Beviale family, will open its doors for the first time in Guadalajara in July 2020, while EUROGUSS Mexico will also officially launch in Guadalajara in autumn 2020.



Auf über 50 Messen weltweit organisiert die NürnbergMesse jährlich Gemeinschaftsstände.

Every year, NürnbergMesse organises pavilions at more than 50 trade fairs worldwide.

Messe-Auftritt leicht gemacht

Gerade auf Messeneulinge kommt mit der ersten Messeteilnahme ein Bündel an Fragen zu: Für welche Messe entscheide ich mich? Wie groß wähle ich den Stand und auf was gilt es bei der Gestaltung zu achten? Bei der Teilnahme an einem Gemeinschaftsstand nimmt die NürnbergMesse den Unternehmen viele dieser Fragen ab.

Firmen sofort im Fokus

Passgenaue Angebote richten sich an Start-ups und „junge innovative Unternehmen“. Andere ermöglichen speziell mittelständischen Firmen erste Schritte in internationale Märkte: Auf über 50 Messen weltweit organisiert die NürnbergMesse jährlich Gemeinschaftsstände, zum Beispiel im Auftrag des Freistaats Bayern, des Bundeswirtschaftsministeriums oder des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft. Im Verbund mit anderen deutschen Unternehmen stehen diese Firmen sofort im Fokus. Kosten und Aufwand machen den Gemeinschafts- im Vergleich zum Einzelstand deutlich attraktiver. Und um alle Fragen der Organisation kümmern sich die Experten der NürnbergMesse.

Vorteil: Kurzer Draht

Bei Fragen rund um einen Gemeinschaftsstand bei der NürnbergMesse können sich Aussteller direkt an ihren persönlichen Ansprechpartner wenden. Bettina Wild als Expertin für Start-ups und Dirk Lauterbach als Ansprechpartner für die Gemeinschaftsstände im Ausland begleiten mit ihren Teams die Aussteller von der Standanmeldung bis zum Messeauftritt.

Reaping the benefits of a direct line

Exhibitors have direct access to their own personal advisor when they have questions about taking part in a NürnbergMesse pavilion. The teams headed by start-up expert Bettina Wild and Dirk Lauterbach, advisor on overseas pavilions, provide support to exhibitors beginning with the stand registration process through to their trade fair presentation.

Bettina Wild, Start-up-Expertin der / Start-up expert at NürnbergMesse
startups@nuernbergmesse.de

Dirk Lauterbach, Experte für Gemeinschaftsstände im Ausland / Expert on overseas pavilions
dirk.lauterbach@nuernbergmesse.de

Your trade fair appearance made easier

Trade fair newcomers in particular have a host of questions about their first appearance as an exhibitor, for example: At what trade fair should we participate? What size stand should we have, and what do we need to consider when designing it? Being part of a pavilion means that NürnbergMesse deals with many of these issues for the exhibiting companies.

Firms get to take centre stage

Customised packages are designed for start-ups and "innovative young companies." Other packages enable mid-sized companies to take their first steps into international markets. Every year, NürnbergMesse organises pavilions at more than 50 trade fairs worldwide: for example, on behalf of the Bavarian state government, the Federal Ministry for Economic Affairs and Energy, and the Federal Ministry for Food and Agriculture. Alongside other German companies, these firms are immediately the centre of attention. The lower costs and effort involved make these pavilions a much more attractive option than an individual stand, while all organisational matters are handled by the experts from NürnbergMesse.



Foto/Photo: NürnbergMesse/Thomas Geiger

Start-ups erhalten passgenaue Angebote.

Start-ups get customised packages.

5 tipps

1

Gutes Kosten-Nutzen-Verhältnis

Viel Service bei übersichtlichen Kosten. Eine Beteiligung an einem Gemeinschaftsstand ist die ideale Möglichkeit, um Märkte und Produkte zu testen.

Good value for your money

You get a lot of service for a reasonable price. Taking part in a pavilion is the ideal opportunity to test your market and your products.

2

Organisation und Aufbau

Standbau und Organisation übernehmen die Profis der NürnbergMesse. Alles was der Aussteller machen muss: sich gut präsentieren!

Organisation and set-up

Stand set-up and organisation are handled by the professionals from NürnbergMesse. The only thing the exhibitor has to do is make a good impression!

3

Persönlicher Ansprechpartner

Egal ob am Gemeinschaftsstand für Start-ups in Nürnberg oder beim Auftritt im Ausland: Der persönliche Ansprechpartner der NürnbergMesse begleitet die Messteilnehmer von der Anmeldung bis zum Messeauftritt.

Personal support

Whether you're participating in a pavilion for start-ups in Nuremberg or appearing at an overseas event, your personal consultant at NürnbergMesse supports you through the process – from registration to your trade fair appearance.

4

Hier bin ich!

Zur Organisation des Messeauftritts gehört auch Werbung. Die Mitarbeiter der NürnbergMesse kümmern sich um das Platzieren und die Verteilung der Werbemittel der Aussteller im Messezentrum und sorgen mit Marketingmaßnahmen für Aufmerksamkeit.

Get noticed!

Organising a trade fair exhibit also involves advertising. NürnbergMesse personnel manage the positioning and distribution of your advertising in the exhibition centre and use a variety of marketing tools to make sure that you attract attention.

5

„Rundum-Sorglos“-Paket

Im Gemeinschaftsstand profitieren die Aussteller von zusätzlichen Wohlfühl-Services wie einem gemeinsamen Lounge-Bereich mit Catering, WLAN-Zugang, Hostessenbetreuung oder einem Übersetzer.

Full-service package

When presenting in a pavilion, exhibitors enjoy additional conveniences like a shared lounge with catering, WLAN access, and trade fair hostesses and interpreters.

Philip Harting

„Messen sprechen alle Sinne an“ “Trade fairs appeal to all the senses”

Interview mit dem neuen Vorsitzenden des Verbands der deutschen Messewirtschaft, AUMA

*Interview with the new chair of AUMA,
the Association of the German Trade Fair Industry*

Welche Ziele haben Sie sich für Ihre Amtszeit gesetzt? Bringen Sie frischen Wind mit?

Ich hoffe doch! Mit dem AUMA sind wir bei Service- und Lobbyarbeit gut aufgestellt. Aber neue Zeiten bringen neue Themen. Es geht verstärkt um künftige Messe- und Veranstaltungsformate, um die Messung des Messe-Erfolgs und um Digitalisierungsprozesse.

Die Unterstützung staatlicher Förderprogramme für Aussteller wird angesichts internationaler Handelskonflikte noch wichtiger. Ich möchte, dass Start-ups Messen frühzeitig als Multifunktionsinstrument schätzen lernen. Und ich wünsche mir für Mittelständler auf Auslandsmessen und innerdeutsch mehr Wahrnehmung durch politische Entscheider. Allein die Anwesenheit öffnet oft schon Türen.

Welche Chancen und Herausforderungen haben Messen im Zeitalter des Onlinehandels?

Auf Messen wie denjenigen der NürnbergMesse kann man den Kunden nachhaltig von der Qualität eines neuen Produktes überzeugen. Man bekommt sofort Reaktionen, live und ungefiltert. Die Online-Präsentation gerät da schnell an ihre Grenzen. Ob die Bestellung letztlich im Internet erfolgt oder anderweitig, ist zweitrangig. Aber die Messe gibt oft den entscheidenden Anstoß für eine Kaufentscheidung.

Wie bleiben die deutschen Messen führend, und wohin geht allgemein der Trend?

Die Voraussetzung ist, dass unsere Veranstalter und Aussteller konsequent weiter weltweit Angebot und Nachfrage zusammenbringen und dialogstark bleiben. Ich bin überzeugt: Nahezu jede Branche braucht ein individuelles Format. Manche benötigen mehr Wissenstransfer, andere mehr Emotionen und Erlebnisse.

Gerade im B2B-Sektor haben Messen eine starke Rolle als Innovationsbühnen für Unternehmer. Das wird vorerst so bleiben, denn der Kunde will Innovationen

What goals have you set yourself for your period of office? Are you going to be a breath of fresh air?

I certainly hope so! AUMA is doing well in terms of its service provision and lobbying activities. But times change and so do the relevant issues. Increasingly, we need to look at future trade fair and event formats, how we measure the success of an exhibition, and of digitalisation processes.

In light of international trade disputes, providing support to exhibitors through government subsidy schemes is becoming even more important. I'd like start-ups to come to appreciate trade fairs as a multi-functional tool at an early stage in their development. And I'd also wish that our political decision-makers would be more aware of mid-sized companies at overseas and domestic trade fairs. Just being there often opens doors.

What are the opportunities and challenges of trade fairs in an era of online commerce?

At exhibitions like those organised by NürnbergMesse, customers can be effectively convinced of the quality of a new product – and the exhibiting companies get immediate reactions, live and unfiltered. In comparison, online product presentation quickly exhausts its potential: It doesn't really matter whether the order is then completed online or by other means. But the trade fair often provides the crucial impetus for a purchasing decision.

How do German trade fairs retain their leading position, and what's the general trend?

It's imperative that our event organisers and exhibitors continue to bring together supply and demand worldwide in a systematic way and engage in effective and lively dialogues.

„Messen begeistern, weil sie alle Sinne ansprechen!“

Philip Harting,
Nachfolger von Walter
Mennekes als Vorsitzender des AUMA

“People love trade fairs because they appeal to all the senses!”

Philip Harting, successor to Walter
Mennekes as Chair of AUMA



Foto/Photo: HARTING Technologiegruppe



Philip F. W. Harting (44) gehört seit 2008 dem AUMA-Vorstand an. Er ist seit 2015 Vorsitzender der HARTING Technologiegruppe. Das Familienunternehmen hat weltweit über 5000 Mitarbeiter und ist führender Anbieter von industrieller Verbindungstechnik in den Bereichen Data, Signal und Power.

Philip F. W. Harting, 44, has been part of the AUMA Board since 2008. Since 2015 he has been Chairman of the Board of the HARTING Technology Group. The family-run company has a workforce of more than 5,000 people worldwide and is a leading supplier of industrial connection technology for data, signals and power.

nicht nur sehen, sondern real erleben und testen. Messen begeistern, weil sie alle Sinne ansprechen.

Welche Innovationen nutzt Ihre Firma auf Messen?

Wir setzen verstärkt auf praxisnahe Applikationen. So hatten wir jüngst eine Spritzgussanlage auf dem Stand, die live produzierte. Auch unsere eigene Smart Factory fertigt konfektionierte Produkte direkt auf der Messe. Wenn die Produkte erklärungsbedürftig sind, bleiben Messen die ideale Plattform und das beste Marketingtool.

Stichwort Work-Life-Balance. Welchen Ausgleich haben Sie zum Beruf?

Meine fünf Kinder zwischen 6 und 13 Jahren halten mich als alleinerziehenden Vater ganz schön auf Trab und erden mich jeden Tag.

I'm convinced that almost every sector needs a different format. Some of them require more knowledge transfer, others call for a greater appeal to emotions and experiences.

In the B2B sector in particular, trade fairs play a strong role as innovation platforms for entrepreneurs. And this is likely to remain the case for the time being, because customers don't just want to see innovations, they want to experience them live and test them out. People love trade fairs because they appeal to all the senses.

What kind of innovations do your company use at trade fairs?

We're increasingly focusing on practical applications. Recently, for example, we had an injection moulding system actually in operation at our exhibition stand. And our own smart factory manufactures fully-assembled products live at the events. Trade fairs are the ideal platform and the best marketing tool for products that otherwise require detailed explanation.

Buzzword: work-life balance. How do you switch off from the job?

As a single parent, my five children from ages six to 13 keep me very busy and very grounded every single day.

Optimistisch in die Zukunft Looking optimistically to the future

*In einer herausfordernden Zeit geht die NürnbergMesse Brasil
voller Optimismus ins zweite Jahrzehnt ihres Bestehens*

In challenging times, NürnbergMesse Brasil is entering its second decade full of optimism

„Dies ist ein historischer Augenblick.“ Große Worte von der EU-Kommission, zu Beginn dieses Sommers, als das umfassende Freihandelsabkommen zwischen Europäischer Union und den vier Mercosur-Staaten Argentinien, Brasilien, Paraguay und Uruguay erarbeitet wurde. Groß sind auch die Dimensionen: ein Markt für 780 Millionen Menschen und vier Milliarden Euro an Zöllen, die pro Jahr wegfallen. Brasilien, die neuntgrößte Volkswirtschaft der Welt, rechnet mit einem Wachstumseffekt von bis zu 125 Milliarden Dollar in den nächsten 15 Jahren.

Positive Stimmung bei deutschen Unternehmen

Das Abkommen wird auch positive Auswirkungen auf die Geschäfte der über 1.400 deutschen Unternehmen in Brasilien haben. Das glauben 88 Prozent der Teilnehmer einer aktuellen Konjunkturumfrage der Deutsch-Brasilianischen Industrie- und Handelskammer von Anfang 2019. ►

“A truly historic moment”: This was the grand statement by the EU Commission at the beginning of summer, when the comprehensive free trade agreement between the European Union and the four Mercosur nations Argentina, Brazil, Paraguay, and Uruguay was concluded. The scale is also huge: It opens a market for 780 million people and saves EUR 4 billion in customs duties every year. Brazil, the ninthlargest economy in the world, is counting on a growth effect of up to USD 125 billion in the next 15 years.

Upbeat mood amongst German companies

The agreement is also expected to have a positive impact on business for the more than 1,400 German companies in Brazil. This was the view of 88 per cent of the respondents to an economic survey conducted by the GermanBrazilian Chamber of Commerce and Industry at the beginning of 2019. ►

*Besucher und Aussteller
schätzen die professionelle
Atmosphäre bei den
Messen in São Paulo.*

*Visitors and exhibitors
appreciate the professional
atmosphere of the
trade fairs in São Paulo.*



- Ebenso viele erwarten nach der ökonomischen Talsohle ein Anziehen der brasilianischen Wirtschaft. Drei von fünf Befragten sind der Meinung, dass der Brasilien-Umsatz in den nächsten fünf Jahren einen steigenden Anteil am weltweiten Umsatz ihrer Muttergesellschaft haben wird.

Wachstumsmärkte und innovative Ideen

Positiv gestimmt geht auch João Picolo in die Zukunft: „Wir arbeiten in Märkten, die konstant wachsen und in denen wir expandieren können.“ Seit 2016 leitet er als Geschäftsführer die NürnbergMesse Brasil, die in diesem Jahr ihr zehnjähriges Bestehen feiert. Die zweitgrößte Tochtergesellschaft der NürnbergMesse erwirtschaftet einen jährlichen Umsatz von über acht Millionen Euro.

Das Jahr 2018 schloss die NürnbergMesse Brasil mit einem Umsatzwachstum von 40 Prozent gegenüber dem Vorjahr ab. „Weil Messen in Brasilien für Unternehmen ein akzeptiertes Marketinginstrument sind“, weiß Picolo, „und wir uns in einem der breitgefächertsten Märkte weltweit befinden.“ Deswegen boomt die Branche: 2019 gibt es laut UBRAFE, dem brasilianischen Verband der Messeveranstalter, in Brasilien 14 zusätzliche Messen.

In São Paulo ist der Sitz der NürnbergMesse Brasil, die mit aktuell 14 Veranstaltungen in unterschiedlichsten Sektoren, von Pharmazie, Kosmetik und Labortechnik über Analytik, Biotechnologie und Qualitätskontrolle bis hin zu Glastechnologie, Heimtier- und Veterinärbedarf sowie Nachhaltigkeit und Mobilität, breit aufgestellt ist. „Wir sind ständig auf der Suche nach zukunftsfähigen neuen Trends“, sagt João Picolo, „Messe



Foto: Photo: NürnbergMesse

„Wir sind ständig auf der Suche nach zukunftsfähigen neuen Trends.“

João Picolo,
Geschäftsführer / Managing Director
NürnbergMesse Brasil

„We're constantly looking for viable new trends.“



Elektromobilität: Die NürnbergMesse Brasil gibt Zukunftsthemen Raum.

machen ist mehr als Platz für Aussteller bereitzustellen. Wir schnüren für unsere Kunden ein Paket an Lösungen, die genau zugeschnitten sind auf ihre Bedürfnisse.“

Das sind neue Inhalte für innovative Veranstaltungen ebenso wie moderne Methoden, aus denen qualitativ hochwertige Kongresse entstehen. Mit dem Versprechen, „aus der Komfortzone auszubrechen, um positive Veränderungen bewirken zu können“, hat João Picolo vor drei Jahren sein Amt als Geschäftsführer angetreten. Zum 10. Geburtstag der NürnbergMesse Brasil können er und sein Team sagen: „Wir sind bereits eine der größten Messengesellschaften in Brasilien.“



Electro-mobility:
NürnbergMesse Brasil is a
venue for cutting-edge topics.

- A similar number of respondents expect the Brazilian economy to pick up again following the slump. Three out of five of those polled believe that in the next five years, sales revenue from Brazil will account for an increasing share of the worldwide revenue of their parent companies.

Growth markets and innovative ideas

João Picolo also has a positive outlook on the future: "We're operating in markets that are constantly growing and in which we can expand." Since 2016 he has been the Managing Director of NürnbergMesse Brasil, which celebrates its 10th anniversary this year. As NürnbergMesse's second-largest subsidiary, it earns annual revenue of more than EUR 8 million.



„Der Austausch von praktischen, innovativen Lösungen zwischen Deutschland und Brasilien gewinnt in Zeiten der digitalen Transformation zusätzlich an Bedeutung. Plattformen wie die NürnbergMesse Brasil helfen uns als VDI Brasilien, dieser Rolle gerecht zu werden.“

*Johannes Klingberg,
Geschäftsführer VDI Brasilien
(Verein Deutscher Ingenieure in Brasilien)*

"In an era of digital transformation, sharing knowledge between Germany and Brazil about practical and innovative solutions is becoming increasingly important. Platforms like NürnbergMesse Brasil help us perform this role in our capacity as the VDI in Brazil."

*Johannes Klingberg,
Managing Director VDI Brazil
(Association of German Engineers in Brazil)*

NürnbergMesse Brasil closed 2018 with a growth in sales revenue up 40 per cent on the previous year. "This is because in Brazil trade fairs are an accepted marketing tool for companies, and we're in one of the most diversified markets worldwide," says Picolo. And this is why the sector is booming. According to UBRAFE, the Brazilian Association of Trade Fair Organisers, 14 additional trade fairs are happening in Brazil in 2019.

São Paulo is the location of NürnbergMesse Brasil, which currently has a broad portfolio of 14 events in diverse sectors – from pharmaceuticals, cosmetics, and laboratory technology to analysis, biotechnology, and quality control, and from glass technology, pet, and veterinary needs to sustainability and mobility. "We're constantly looking for viable new trends," says João Picolo.

"Organising a trade fair is far more than just making space available for exhibitors. We put together a package of solutions for our customers that's precisely tailored to their needs."

This means new content for innovative events and modern methods to create high-calibre congresses. Promising to "break out of the comfort zone so we can effect positive changes," João Picolo stepped into the role of Managing Director three years ago. As they celebrate the 10th anniversary of NürnbergMesse Brasil, João and his team are proud to be able to say: "We're already one of the largest trade fair companies in Brazil."

Welcome to Brazil

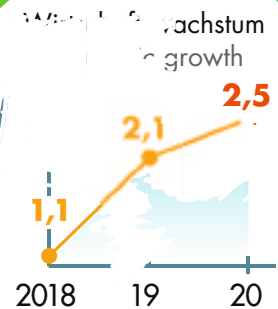
Die NürnbergMesse Brasil feiert ihr zehnjähriges Bestehen.
NürnbergMesse Brasil is celebrating its 10th anniversary.

Einwohner
209,8 Mio.
Deutschland:
82,8 Mio.
Inhabitants
209.8 million
Germany:
82.8 million

Jeitinho Brasileiro

Brazilianisches Improvisationstalent, Hürden im Alltag zu umgehen.
Brazilian improvisation ability to circumvent obstacles in every-day life.

Knapp
900 Mio.
Euro betrug die Bio-
produktion in Brasilien im Jahr
2018. Dies entspricht einem
Wachstum von mehr als **10 %**
gegenüber dem Vorjahr.
In 2018, organic production in
Brazil was about
900 million
euros. This represents a
growth rate of more
10 % year-on-year.



Source: GTAI

6.
größte Pharma-
markt weltweit mit
zweistelligem Wachstums-
tempo

10
Nürnberg

NürnbergMesse Brasil

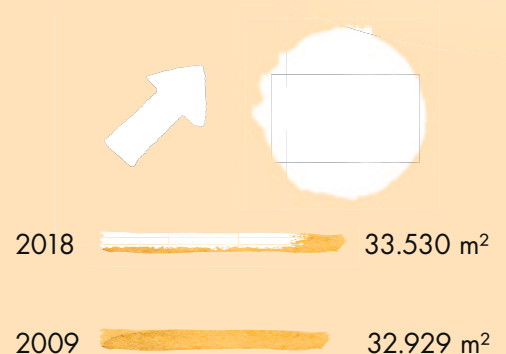
Mitarbeiter Employees



Umsatz 2018
8,1 Mio. Euro

Revenue 2018
8.1 million euros

Ausstellerfläche Exhibition area



Afrika
Africa

Südamerika
South America

○ **Brasilia**

● ● **Rio de Janeiro**

São Paulo

Wichtigster
Messestandort
in Südamerika

The most important
trade fair location
in South America

Südatlantik
South Atlantic

Fläche Brasilien
8.515.770 m²
Area Brazil
8,515,770 m²

Deutschland
Germany

24x

Brasilien

Das bevölkerungsreich-
ste Land Südamerikas

Brazil

The most populous
nation in South America



Mehr als
4 Mrd.

Euro pro Jahr geben
die Brasilianer für Heimtiere
aus. Damit belegen sie welt-
weit den zweiten Platz
hinter den USA.

Brazilians spend more than

4 billion

euros annually on pets,
occupying the second place
worldwide behind the US.



2,1 Mrd.

Euro beträgt der
Umsatz im Segment
Dekorative Kosmetik.

Revenue in the decorative
cosmetics industry represents

2.1 billion
euros.

years
Messe Brasil

Aussteller Exhibitors

2018 816

2009 669

Besucher Visitors

2018 109.543

2009 64.601

14

Fachmessen und Kongresse zu den Themen der Wachstumsfelder der brasilianischen Wirtschaft: **Pharma, Kosmetik, Heimtierbedarf, Labortechnik, Bio-Produkte, Fahrrad und E-Mobilität, Architektur, Bau und Retail.**

Specialist trade fairs and conferences on the growth potential in Brazil's economy: **pharmaceuticals, cosmetics, pet supplies, laboratory technology, organic products, bicycle and e-mobility, architecture, construction and retail.**

Mobilität der Zukunft

Future mobility

Riesiges Potenzial für E-Fahrzeuge in Brasilien

Huge potential for electric vehicles in Brazil

In Curitiba, einer brasilianischen Stadt von der Größe Hamburgs, wird seit 2007 jedes Jahr das „Desafio Intermodal“ veranstaltet. Ein Rennen, bei dem Fußgänger, Läufer, Rollstuhlfahrer, Radfahrer, Motorräder, Autos und Busse gegeneinander antreten. Alle müssen zur Rushhour die gleiche Strecke zurücklegen, ohne die Verkehrsregeln zu missachten. Der Sieger war bis jetzt immer das Fahrrad. Organisator ist José Belotto. Der Universitätsprofessor will mit dieser Aktion „eine Diskussion über unsere Fortbewegung in Gang setzen“.

NürnbergMesse Brasil setzt auf moderne urbane Mobilität

Und diese Diskussion ist dringend notwendig. Denn, obwohl der Fahrradmarkt stark wächst – in Brasilien gibt es über 70 Millionen Fahrräder, mehr als Autos und Motorräder zusammen –, ist das Auto für Brazilianer nach wie vor ein Statussymbol. „Wir müssen eine Agenda von neuer, moderner urbaner Mobilität schaffen“, weiß Daniel Guth. Der Enkel deutscher Einwanderer ist Geschäftsführer von Aliança Bike. 2003 gegründet, hat dieser Verband von Einzelhändlern, Importeuren, Vertretern und Herstellern ein Ziel – die Fahrradindustrie in Brasilien zu stärken.

Dazu werden Studien in Auftrag gegeben, Umfragen durchgeführt, industrielle Daten erhoben, und es wird geforscht. Guth: „Wir wollen ein faires Geschäftsumfeld für Unternehmen schaffen.“ Damit sich diese auch vernetzen können, hat die Aliança Bike 2012 die Messe „Brasil Cycle Fair“ gegründet, die größte Fahrrad-Fachmesse in Lateinamerika. Für Guth ein absolutes Muss: „Messen sind sehr wichtig.

Every year since 2007, the “Desafio Intermodal” has been hosted in Curitiba, a Brazilian city about the size of Hamburg. It’s a race in which pedestrians, runners, wheelchair users, cyclists, motorbikes, cars, and buses compete against one another to cover the same route during rush hour without disobeying the rules of the road. To date, the winner has always been the bicycle. The event is organised by José Belotto, a university professor who hopes that it will “prompt a discussion about how we get around.”

NürnbergMesse Brasil puts modern urban mobility centre stage

And it’s a discussion that’s urgently needed. Because although the bike market is enjoying strong growth – in Brazil there are more than 70 million bicycles, more than cars and motorbikes combined – the car continues to be a status symbol for Brazilians. “We need to create an agenda for the new modern urban mobility,” says Daniel Guth. The grandson of German immigrants, he’s the Director of Aliança Bike. Established in 2003, the association of retailers, importers, agency representatives and manufacturers has a single goal: to strengthen the bike industry in Brazil.

With this in mind, the association commissions surveys, conducts polls, collects industrial data and performs research. Guth: “We want to create a fair business environment for companies in the sector.” To also allow them to network, Aliança Bike established the “Brasil Cycle Fair” in 2012, the biggest bike trade fair in Latin America. For Guth it was an absolute must: “Trade fairs are very important. For the

„Wir brauchen einen Paradigmenwechsel. Hin zu einer modernen urbanen Mobilität.“

Daniel Guth,
Geschäftsführer Aliança Bike

*Zeichen setzen:
E-Korso am Tag
der Elektromobilität
in São Paulo.*

*Sending a message with
a procession of e-vehicles
on "Electro-mobility Day"
in São Paulo.*



Foto/Photo: NürnbergMesse Brasil

Für die mehr als 6.000 Fahrrad-Einzelhändler in Brasilien ist die Möglichkeit, sich einmal im Jahr mit Herstellern und Zulieferern fachlich austauschen und Geschäfte zu machen, natürlich ein Traum.“

2017 wurde die NürnbergMesse Brasil ins Boot geholt. „Denn es war an der Zeit, dass eine professionelle Gesellschaft die Messe veranstaltet“, so Guth. Das Event in São Paulo findet seit 2018 unter dem Namen „Festival Bike Brasil“ statt und ist für B2B- wie B2C-Kunden ausgelegt. Dabei hat es die NürnbergMesse Brasil geschafft, die professionelle Businessatmosphäre, dem aktuellen Bedarf des Marktes gerecht, in den Fokus zu rücken. Die Zukunft der Mobilität steht auch im Mittelpunkt der „Veículo Elétrico Latino-Americano“, der größten Messe zum Thema Elektromobilität in Lateinamerika, 2018 erstmals organisiert von der NürnbergMesse Brasil. ►

more than 6,000 bike retailers in Brazil, the opportunity to ‘talk shop’ with manufacturers and suppliers once a year and do business is of course a dream come true.”

In 2017, NürnbergMesse Brasil was invited to come on board. “Because it was time for a professional company to organise the fair,” says Guth. Since 2018 the event in São Paulo has been using the name “Festival Bike Brasil” and is designed for both B2B and B2C customers. In the process, NürnbergMesse Brasil has managed to put the focus on a professional business atmosphere that meets the current needs of the market. The future of mobility also takes centre stage at the “Veículo Elétrico ►

- Als Aussteller beteiligen sich internationale Hersteller von Hybrid- und Elektrofahrzeugen sowie von Komponenten und Infrastruktur. Auf dem parallel stattfindenden „Mobility and Electric Vehicle Congress“ (C-MOVE) diskutieren Vertreter von Behörden sowie privaten und gesellschaftlichen Initiativen die Zukunft der Elektromobilität in Brasilien – und diese Zukunft hat bereits begonnen. Im Rahmen des „Rota 2030“-Programms hat Brasiliens Regierung Steuererleichterungen für Hybrid- und Elektrofahrzeuge angekündigt. Schon 2020 sollen bis zu 50.000 Elektroautos auf Brasiliens Straßen unterwegs sein. Die Wachstumsaussichten der Branche bestätigt eine Studie von McKinsey: Ihr zufolge werden in Brasilien bis 2030 zwischen 15 und 30 Prozent aller Fahrzeuge vollständig oder teilweise mit Strom betrieben.

Elektro hat auch bei Fahrrädern enormes Potenzial. Daniel Guth ist optimistisch: „Seit 2010 haben wir Wachstumsraten von jährlich 20 Prozent, 2022 wollen wir 280.000 E-Bikes verkaufen.“ Durch Steuererleichterungen und Investitionen in die Infrastruktur könnten zusätzliche Anreize geschaffen werden. Guth: „Es braucht einen Paradigmenwechsel.“



Fahrräder sind bei
Brasilianern sehr beliebt.

Bikes are very popular
with Brazilians.

Diesen fordern auch die Experten in einer eben erst erstellten Analyse zur nachhaltigen urbanen Mobilität im Rahmen der Exportinitiative Umwelttechnologien des deutschen Umweltministeriums. Mit positiven Effekten: Niedrigere Umweltbelastung in Brasiliens Städten, gleichzeitig höheres Innovationspotenzial und zusätzliche Geschäftsmöglichkeiten für deutsche Unternehmen.

5 USPs

für E-Bikes in Brasilien for e-bikes in Brazil

- 1** *Längere Strecken:* Mit E-Bikes lassen sich doppelt so lange Strecken fahren, wie mit traditionellen Fahrrädern. Das kann sich vor allem in Metropolregionen wie São Paulo, Rio de Janeiro, Recife, Belo Horizonte, Distrito Federal oder Curitiba positiv auswirken.

Longer distances: With e-bikes you can cover twice the distance you can manage on a conventional bike. This can be a great advantage, especially in metropolitan regions like São Paulo, Rio de Janeiro, Recife, Belo Horizonte, Distrito Federal, and Curitiba.
- 2** *E-Lastenräder:* Sie können künftig eine Schlüsselrolle in der urbanen Logistik spielen, da 50 Prozent aller Zustellungen im Bereich von unter einem Kilometer erfolgen und weniger als 200 Kilogramm schwer sind.

E-cargo bikes: These bikes may play a key role in urban logistics in the future, because 50 per cent of all deliveries are made in an area of less than one kilometre and weigh less than 200 kg.
- 3** *Verzicht aufs Auto:* Internationale Studien haben gezeigt, dass die meisten E-Bike-Käufer nicht vom Rad, sondern vom Auto zum Elektrofahrrad umsteigen und damit maßgeblich zur Stau-Vermeidung und zu besserer Luft beitragen.

Taking more cars off the road: International studies have shown that most e-bike purchasers are switching from a car, not from a conventional bike, to an electric bike. This makes a substantial contribution to reducing traffic jams and improving air quality.
- 4** *Stärkung der Fahrrad-industrie:* Der Kauf von E-Bikes kann eine Initialzündung sein, die Branche zu stärken und mit ihrer Innovationskraft andere Wirtschaftszweige anzutreiben.

A boost for the bike industry: The purchase of e-bikes can be the initial spark that strengthens the industry and uses their innovative power to push other economic sectors in the same direction.
- 5** *Ausbau der Infrastruktur:* Mehr E-Bikes auf der Straße können Anstoß geben für neue Fahrradwege, Rad-Abstellplätze, Rad-Autobahnen, etc. Das führt zu mehr Sicherheit im Verkehr, einem der zentralen Themen im Rahmen urbaner Mobilität.

Expansion of infrastructure: More e-bikes on the road can provide the impetus for more cycle paths, bike parking facilities, bike highways, etc. This will result in better traffic safety, one of the key issues associated with urban mobility.

Festival Bike Brasil:
Trends und Technik
rund um das
Fahrrad.

Festival Bike Brasil:
all the latest trends
and technology
for bikes.



Foto/Photo: NürnbergMesse Brasil

► Latino-Americano,” the biggest fair on the issue of electro-mobility in Latin America, organised for the first time in 2018 by NürnbergMesse Brasil.

Discussing the future of electro-mobility in Brazil

The exhibitors at this event are international manufacturers and suppliers of hybrid and electric vehicles, components and infrastructure. At the parallel “Mobility and Electric Vehicle Congress” (C-MOVE), representatives of government agencies, private initiatives and community groups discuss the future of electro-mobility in Brazil – a future that’s already begun. As part of its “Rota 2030” programme, the Brazilian government has announced tax breaks for hybrid and electric cars. By as early as 2020, there should be up to 50,000 electric cars on Brazil’s streets. The growth prospects in the sector are confirmed by a survey con-

ducted by McKinsey, according to which between 15 and 30 per cent of all vehicles in Brazil will be powered entirely or partly by electricity by 2030.

For bikes too, there’s enormous potential for electric power. Daniel Guth is optimistic: “Since 2010 we’ve enjoyed growth rates of 20 per cent a year; by 2022, we want to sell 280,000 e-bikes.” Additional incentives could be created by tax breaks and investment in the necessary infrastructure. Guth: “There needs to be a paradigm change.”

This is also being demanded by experts in a recent analysis on sustainable urban mobility produced as part of the German Ministry for the Environment’s Export Initiative for Environmental Technologies. The effects of such a shift would be positive: lower environmental pollution in Brazil’s cities combined with higher innovation potential and more business opportunities for German companies.

*“We need a
paradigm change
towards
a modern
urban mobility.”*

Daniel Guth,
Director of Aliança Bike

Dieci anni!

*Die NürnbergMesse Italia feiert ihr zehnjähriges Bestehen
NürnbergMesse Italia celebrates 10 years*

„Italia Numero Uno“ heißt es bei der NürnbergMesse. Denn seit 2005 belegt Italien ununterbrochen Platz 1 nach Ausstellern und Besuchern im internationalen Ranking am Messeplatz Nürnberg. Hier finden schließlich führende Fachmessen mit hohem Anteil an italienischen Anbietern für die wichtigen Wirtschaftszweige des Landes statt, beispielsweise BIOFACH, CHILLVENTA oder Interzoo.

Meilenstein 2014: Umsatz übersteigt 1-Million-Euro-Marke

Mit der Gründung der NürnbergMesse Italia im Jahr 2009 nahm die Erfolgsgeschichte ihren Lauf: Von Jahr zu Jahr reisen mehr italienische Aussteller und Besucher in Richtung Nordseite der Alpen. Die Besucherbeteiligung hat sich sogar mehr als verdoppelt. „Seit der Gründung der ‚NMI‘ sind wir Italien noch näher. Unser Dank gilt dem Team um Stefania Calcaterra in Mailand“, so Peter Ottmann, CEO der NürnbergMesse.

Einen Meilenstein erreichte die italienische Tochtergesellschaft 2014: Im fünften Jahr des Bestehens überstieg ihr Umsatz die 1-Millionen-Euro-Marke. Seit 2017 kümmern sich die Kolleginnen und Kollegen in Mailand neben der Akquise von italienischen Ausstellern und Besuchern außerdem um eine eigene Veranstaltung – die CRAFT BEER ITALY. An der zweiten Auflage im vergangenen März nahmen über 900 Besucher und 74 Aussteller teil, viele davon aus dem Ausland. Im Land des Weines entwickelt sich die CRAFT BEER ITALY zu einem wichtigen Branchentreff und der Plattform zum Austausch für eine aufstrebende Craft-Beer-Szene.



CRAFT BEER ITALY:
Aufstrebende Szene
im Land des Weines.

CRAFT BEER ITALY:
an aspirational segment
in the land of wine.

„Italia Numero Uno“: so says NürnbergMesse. The reason is that since 2005, Italy has consistently come first in the exhibitor and visitor rankings at the Nuremberg exhibition venue. Not surprisingly, because Nuremberg hosts a number of leading trade fairs like BIOFACH, CHILLVENTA, and Interzoo that attract many Italian vendors from the country's most important economic sectors.

2014 milestone: Sales revenue passes the EUR 1 million mark

The success story began with the establishment of NürnbergMesse Italia in 2009. Year after year, more Italian exhibitors and visitors have made their way to the northern side of the Alps. Visitor participation from Italy has actually more than doubled.



Foto/Photo: NürnbergMesse Italia/Silvia Bottoni

"Since the founding of 'NMI' we've become even closer to Italy, and we'd like to thank the team led by Stefania Calcaterra in Milan," says Peter Ottmann, CEO of NürnbergMesse.

The Italian subsidiary reached a milestone in 2014, its fifth year in operation, when its sales revenue passed the EUR 1 million mark. Since 2017, alongside the acquisition of Italian exhibitors and visitors, our colleagues in Italy have also been taking care of their own event – CRAFT BEER ITALY. More than 900 visitors and 74 exhibitors, many of them from outside Italy, attended the second round of the event last March. In the land of wine, CRAFT BEER ITALY is evolving into an important industry gathering and knowledge-sharing platform for an aspirational craft beer scene.



Foto/Photo: NürnbergMesse Italia

Seit 20 Jahren für die NürnbergMesse tätig: Stefania Calcaterra.

Stefania Calcaterra has served NürnbergMesse for 20 years.

Vent`anni!

Das Gesicht der NürnbergMesse in Italien ist Stefania Calcaterra. Seit 20 Jahren ist die Mailänderin für das fränkische Messewesen tätig. Denn neben der italienischen Tochtergesellschaft der NürnbergMesse vertritt Calcaterra als Repräsentantin auch die Spielwarenmesse. Vor ihrer Karriere im Messewesen, sammelte Calcaterra erste Berufserfahrungen im elterlichen Familienbetrieb, einem Hersteller und Vertriebsunternehmen von industriellen Anlagen im Textil- und Mechanikbereich, sowie bei einer Einrichtungsfirma. 1986 wechselte sie dann ins Messengeschäft nach Mailand und wurde 2009 Geschäftsführerin der neu gegründeten NürnbergMesse Italia. Besondere Erinnerungen verbindet Calcaterra mit ihrer „fiera favorita“, der CHILLVENTA: „Zur ersten CHILLVENTA 2008 belegten namhafte italienische Aussteller rund 6.900 Quadratmeter. Das war ein großartiges Ergebnis und der Lohn für eineinhalb Jahre Arbeit.“ Stolz ist Calcaterra auf ihr zehnköpfiges Team: „Der Zusammenhalt und die Einsatzbereitschaft sind unvergleichlich!“

The face of NürnbergMesse in Italy is Stefania Calcaterra. The native of Milan has been working for the Nuremberg exhibition company for 20 years, and as well as managing the NürnbergMesse subsidiary she's also a representative for the Nuremberg International Toy Fair. Prior to her career in the trade fair business, Calcaterra acquired her professional experience in the family business, a company that manufactures and distributes industrial equipment for the textile and mechanical engineering segments, and in an interior design firm. In 1986 she moved to Milan to work in the trade fair industry, and in 2009 became Managing Director of the newly-established NürnbergMesse Italia. Calcaterra has very special memories of her "fiera favorita," CHILLVENTA: "At the first CHILLVENTA in 2008, renowned Italian exhibitors occupied about 6,900 square metres of display area. It was a fantastic result and a reward for a year and a half of hard work." Calcaterra is proud of her 10-strong team: "Their team spirit and dedication are incomparable!"

Heureka: Ein starker Partner

Eureka moment: finding a strong partner

Einstieg der NürnbergMesse beim griechischen Marktführer
NürnbergMesse acquires interest in Greek market leader

Es sind rund 2.200 Kilometer von Nürnberg bis nach Athen. Die gefühlte Entfernung hat sich im Sommer 2019 mit dem Einstieg der NürnbergMesse bei FORUM SA, der Nummer eins im griechischen Messemarkt, deutlich verkürzt.

It's around 2,200 kilometres from Nuremberg to Athens. In the summer of 2019, that feeling of distance was much reduced after NürnbergMesse acquired an interest in FORUM SA, the No. 1 in the Greek expo market.

FORUM SA ist nun größte internationale Tochtergesellschaft

Mit dem griechischen Marktführer entsteht für die NürnbergMesse ein neuer Messe-Hub im Mittelmeerraum. FORUM SA ist mit einem Umsatz von 17,5 Millionen Euro nun die größte internationale Tochtergesellschaft. Strategisch korrespondiert das griechische Veranstaltungsportfolio hervorragend mit

FORUM SA is now our largest international subsidiary

The partnership with the Greek market leader means that NürnbergMesse now has a new exhibition hub in the Mediterranean. With sales of €17.5 million, FORUM SA is currently the company's largest international subsidiary. Strategically, the Greek company's event portfolio is an excellent match for leading fairs like BIOFACH, BrauBeviale or FachPack. For example,

Steckbrief „FORUM SA“

Gründungsjahr: 1988

Gründer und Managing
Director: Nikos Choudalakis

3.650 Aussteller pro Jahr

Acht internationale
Fachmessen

340.000 Besucher
aus Griechenland
und der Welt pro Jahr

210.000 Quadratmeter
Ausstellungsfläche

17.500.000 Euro Umsatz
(Prognose 2019)

65 Mitarbeiter

Herausgeber
von vier renommierten
Fachmagazinen



Kleine Landeskunde Griechenland **Country information Greece**

Ländername:

Hellenische Republik – Elleniki Dimokratia

Hauptstadt: Athen

Fläche: 132.000 Quadratkilometer

Einwohnerzahl: 10,76 Millionen

Währung: Euro

Landessprache: Neugriechisch

Hymne: Ymnos is tin Eleftherian

Besonderheiten: über 2.000 Inseln, 24 Skigebiete

Höchster Berg: Olymp (2.917 Meter)

Official name:

Hellenic Republic – Elleniki Dimokratia

Capital: Athens

Area: 132,000 square kilometres

Population: 10.76 million

Currency: Euro

National language: modern Greek

National anthem: Ymnos is tin Eleftherian

Special features: more than 2,000 islands,

24 skiing regions

Highest mountain: Olympus (2,917 metres)



Zur FOOD EXPO
in Athen reisen im
Schnitt 70.000
Besucher an.

An average of
70,000 visitors travel
to the FOOD EXPO
in Athens.



Foto: Photo Forum SA

Leitmessen wie der BIOFACH, der BrauBevale oder der FachPack. So beginnt das Messejahr von FORUM SA im Februar mit der HORECA, der größten nationalen Messe für die Bereiche Catering, Hotellerie und Food-Service. Im März folgt die FOOD EXPO, auf der sich Fachleute für Lebensmittel und Getränke austauschen. Ergänzt wird die FOOD EXPO durch die Wein- und Spirituosenbranche, die Messe OENOTELIA. Ebenfalls im März lädt die ARTOZA Fachbesucher aus dem Bäckerei-, Konditor- und Speiseeishandwerk und -vertrieb ein.

Seit 2018 dabei ist das BIO FESTIVAL. Das Event präsentiert Bio- und Ökoprodukte. Im September feiern Kaffeeliebhaber aus aller Welt beim ATHENS COFFEE FESTIVAL die schwarze Bohne. Die Publikumsveranstaltung bietet Verkostungen, Vorführungen und mehr.

Der Athener Messe-Oktober steht ganz im Zeichen der FOODTECH, einer noch jungen Messe für die Produktion, Verpackung und Lagerung von Getränken und Lebensmitteln. Abgerundet wird das Messejahr im November durch die Hotellerie- und Tourismusmesse XENIA.

FORUM SA's annual exhibition calendar begins in February with HORECA, the largest domestic trade fair for catering, the hotel trade and food service. This is followed in March by FOOD EXPO, a knowledge-sharing platform for specialists from the food and beverage sectors. FOOD EXPO is accompanied by OENOTELIA, an event for the wine and spirits segment. Also in March, ARTOZA attracts trade visitors from all segments of the bakery, patisserie and ice-cream sectors.

The BIO FESTIVAL, a trade fair showcasing organic and ecological produce, has also been part of the FORUM SA portfolio since 2018. Every September, coffee fans from around the world celebrate the coffee bean at the ATHENS COFFEE FESTIVAL. This event is also open to the public and offers tastings, demonstrations and a whole lot more.

In October, the Athens trade fair calendar focuses on FOODTECH, a fairly-new event for the production, packaging and storage of food and beverages. And the exhibition year draws to a close in November with the hotel and tourism trade fair XENIA.

Profile FORUM SA

Year established: 1988

*Founder and Managing
Director Nikos Choudalakis*

3,650 exhibitors per year

*Eight international
exhibitions*

*340,000 Greek and
international visitors per year*

*210,000 square meters
of exhibition space*

*Turnover €17,500,000
(forecast 2019)*

65 employees

*Publisher of four well-known
trade journals*

Kurz vorgestellt: Die BIOFACH World

Brief profile: BIOFACH World



2018 stellten jeden Tag mehr als sechs deutsche Betriebe **über 400 ha Fläche** auf Biolandwirtschaft um – das entspricht über 570 Fußballfeldern.

In 2018, about six German agricultural businesses converted an area of **more than 400 hectares** – the equivalent of more than 570 football pitches – to organic production every day.

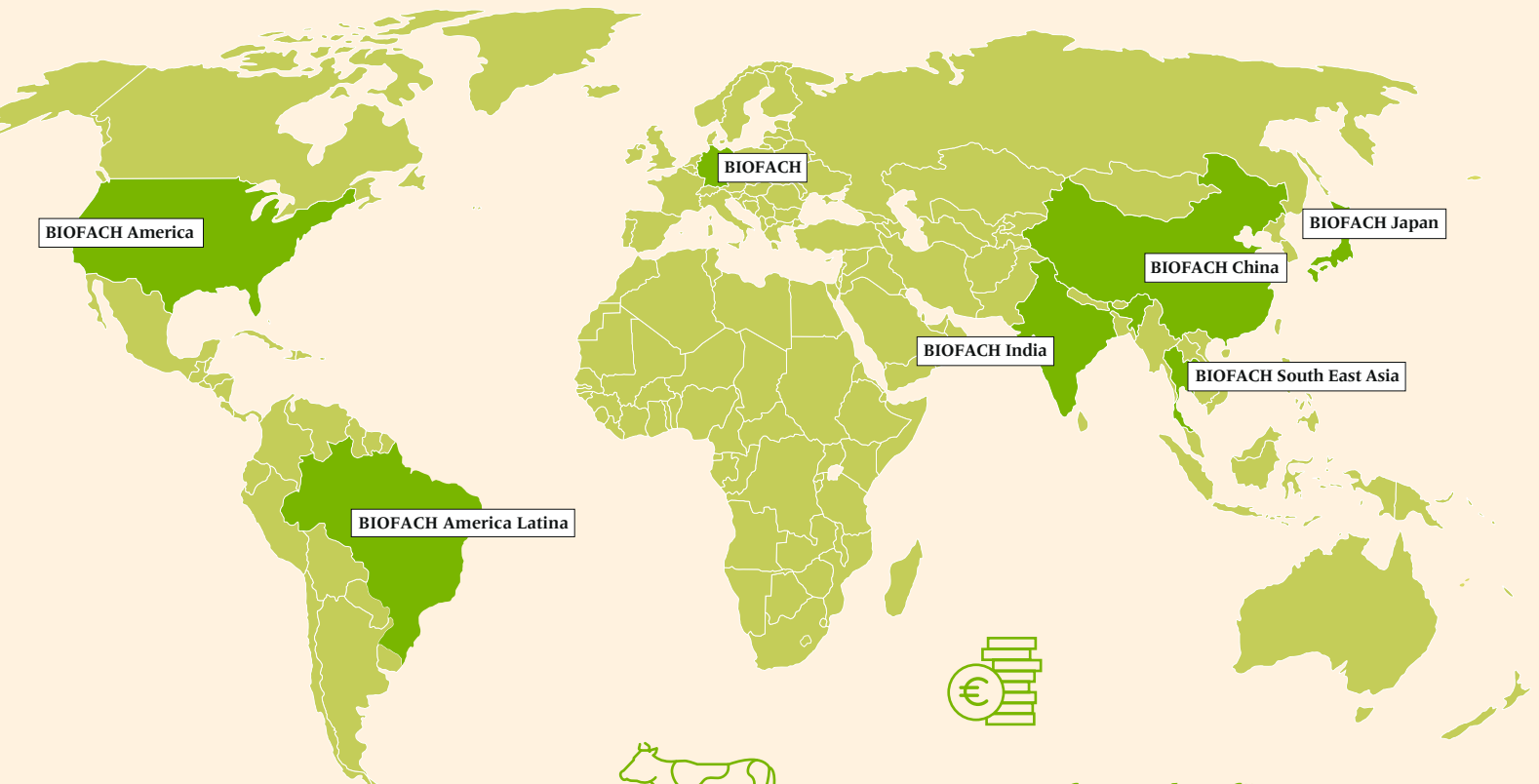


Umsatz insgesamt für Bio-Lebensmittel (pro Jahr)

USA: 40 Mrd. Euro
EU: 34 Mrd. Euro
China: 7,6 Mrd. Euro

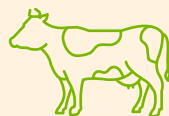
Total sales revenue for organic food (per year)

USA: EUR 40 billion
EU: EUR 34 billion
China: EUR 7.6 billion



60 Prozent der Bioartikel wurden 2018 in Supermärkten und Discountern verkauft, **30 Prozent** in Bioläden, **10 Prozent** auf Märkten und in Hofläden.

In 2018, **60 per cent** of all organic food items were sold in supermarkets and discount stores, **30 per cent** in organic shops, and **10 per cent** at markets and farm shops.



Bayern produziert in Deutschland die meiste Bio-Milch.

Bavaria produces the largest volume of organic milk in Germany.



Pro-Kopf-Ausgaben für Bio-Lebensmittel in Europa (pro Jahr)

Schweiz: 288 Euro
Dänemark: 278 Euro
Schweden: 237 Euro
Deutschland: 122 Euro

Per-head expenditure on organic food in Europe (per year)

Switzerland: EUR 288
Denmark: EUR 278
Sweden: EUR 237
Germany: EUR 122

Quellen: FiBL, BÖLW, MIV (Stand 8/2019) Sources FiBL, BÖLW, MIV (as of 8/2019)



Alles Bio: rund um die Welt

Die BIOFACH ist die Weltleitmesse für Bio-Lebensmittel und lockt jedes Jahr im Februar die Branche nach Nürnberg. Internationaler Schirmherr der BIOFACH ist IFOAM – Organics International, ideeller nationaler Träger der Bund Ökologische Lebensmittelwirtschaft (BÖLW). Fester Bestandteil der Weltleitmesse ist der BIOFACH Kongress. Mit sechs weiteren BIOFACH-Veranstaltungen in China, Indien, Japan, Südamerika, Thailand und den Vereinigten Staaten ist die BIOFACH World rund um den Globus präsent und bringt Jahr für Jahr über 4.000 Aussteller und 150.000 Fachbesucher zusammen.

Organic food around the world

BIOFACH, the world's leading trade fair for organic food, attracts the organic sector to Nuremberg in February every year. The international patron of BIOFACH is IFOAM – Organics International – while the national institutional sponsor is the German Federation of Organic Food Producers (BÖLW). The BIOFACH Congress is an integral part of this internationally-leading fair. With another six BIOFACH events in China, India, Japan, South America, Thailand, and the United States, BIOFACH World has a global presence and year for year brings together more than 4,000 exhibitors and 150,000 trade visitors.

Franken tanzt Samba

Samba comes to Franconia

Festival in Coburg: Vom Zufallstreffer zum Mega-Event

Festival in Coburg: from chance hit to mega-event

Es hätte überall in Deutschland passieren können. Dass ausgerechnet das oberfränkische 40.000-Einwohner-Städtchen Coburg heute Schauplatz des größten Samba-Festivals außerhalb des „Mutterlandes“ Brasilien ist, war ein Zufallstreffer. Als Anfang der 1990er-Jahre drei Freunde aus Coburg auf heiße Tanzrhythmen standen und Spaß haben wollten, hoben sie das Event aus der Taufe. Eine Idee, die sofort zünden sollte. Denn schon bei der Premiere kamen 3.000 Besucher, die Begeisterung kannte keine Grenzen.

Wichtigstes Samba-Event außerhalb Brasiliens

Heute sind es rund 200.000 aus ganz Europa, die kommen. „Alles ist anders, nichts war so geplant“, erzählt Rolf Beyersdorf, einer der Gründer und nun Geschäftsführer des Veranstalters Sambaco, „zu Beginn haben wir das Festival quasi vom Wohnzimmertisch aus organisiert, jetzt wirken rund 20 Personen fast

It could have happened anywhere in Germany. It's pure chance that the small town of Coburg in Upper Franconia, with a mere 40,000 inhabitants, has today become the venue for the biggest samba festival outside the "motherland of samba," Brazil. In the early 1990s, the event was launched by three friends from Coburg who loved these hot dance rhythms and wanted to have a bit of fun. It was an idea that immediately took off. At its premiere, the event welcomed some 3,000 visitors, and enthusiasm for it hasn't abated.

Most important samba event outside Brazil

Today the event draws 200,000 visitors from all over Europe. "It's all different, nothing is the way we planned it," says Rolf Beyersdorf, one of the founders and now the managing director of event organiser Sambaco. "In the beginning we more or less organised the festival from the dining room table; now there are about 20 people who work on the event for an entire year." And enthusiasm for the event has long since reached



Künstler aus Brasilien, Besucher aus ganz Europa: Das Samba-Festival boomt.



With artists from Brazil and visitors from all over Europe, the Samba Festival is booming.



Karneval in Coburg:
Heiße Rhythmen, schillernde
Farben und brasilianische
Lebensfreude.

Carnival in Coburg:
hot rhythms, dazzling
colours, and Brazilian
passion.



Foto/Photo: Sambaco

das ganze Jahr am Aufbau des Events mit.“ Längst ist der Funke auch nach Brasilien überggesprungen: Viele Top-Acts werden direkt aus Rio de Janeiro eingeflogen. Es besteht eine Kooperation zu den Tourismus-Agenturen der Karneval-Städte Rio und Salvador. In diesem Jahr brachten die Samba-Königinnen Bianca Monteiro und Ana-Paula Evangelista sowie der Top-Musiker Saulo Fernandes – mehr als 800.000 folgen ihm auf Instagram – den Zauber vom Zuckerhut mitten nach Oberfranken.

Edison Carneiro Preis: Ritterschlag fürs Festival

Brasilien kennt Coburg und Brasilien schätzt, was die Coburger auf die Beine stellen. 2014 kam quasi der Ritterschlag von der Copacabana. Eine hochrangige Jury aus Vertretern des Kunstmuseums, des Tourismusbüros und der Regierung von Rio verlieh den „Edison Carneiro Preis“, die Auszeichnung für das beste Samba-Event außerhalb Brasiliens.

Brazil, too, with many top acts being flown in directly to the festival from Rio de Janeiro. The festival also partners with tourism agencies in the carnival cities Rio and Salvador. This year, the queens of samba Bianca Monteiro and Ana-Paula Evangelista and top musician Saulo Fernandes – who has more than 800,000 followers on Instagram – brought the magic of Sugarloaf Mountain to the heart of Upper Franconia.

Edison Carneiro Prize a great accolade for the festival

Brazil is familiar with Coburg and appreciates what the organisers are achieving there. The ultimate accolade from Copacabana came in 2014, when a high-ranking jury composed of representatives from the museum of art, tourism office, and Rio city government presented the Coburg event with the Edison Carneiro Prize, an award for the best samba event outside Brazil.

Go for Gold

Nürnberger Verein unterstützt potenzielle Olympia-Athleten aus der Region
Nuremberg association supports Olympic hopefuls from the region

*„Erfolgreiche
Sportler stiften
regionale
Identifikation.“*

Benjamin Jung,
Vorstand / President of
„Der Goldene Ring“

*“Successful
athletes
encourage regional
identification.”*

Die Symbolik spielte bei der Wahl des Logos für den Verein „Der Goldene Ring“ eine große Rolle: Da ist der Bezug zum Schönen Brunnen auf dem Nürnberger Hauptmarkt und zu den Olympischen Ringen. Das soll die Heimatverbundenheit der Sportler und ihr Streben nach olympischem Edelmetall versinnbildlichen. Schon bei den Spielen in Rio de Janeiro 2016 waren „Goldener Ring“-Athleten am Start. Die Wahrscheinlichkeit ist hoch, dass am 24. Juli 2020 bei der Eröffnungsfeier zu den Sommerspielen in Tokio erneut Nürnberger Athleten der deutschen Delegation angehören werden und dann jene Aufmerksamkeit bekommen, die ihnen bis zu den Spielen meist gefehlt hat.

„Sie agieren als ‚Ein-Mann-AGs‘, haben weder Management noch Berater und bei der Doppelbelastung Training und Ausbildung bzw. Beruf bleibt kaum Zeit für PR-Arbeit und Sponsoren-Pflege“, weiß Benjamin Jung von der Sparkasse Nürnberg. Er gehört dem Vorstand des Vereins an, der aussichtsreichen Olympia-Startern mit monatlichen Stipendien und gezielter Kommunikationsarbeit den Rücken freihält. „Erfolgreiche Sportler stiften regionale Identifikation und sind wichtige Botschafter für unsere Heimat.“

Max Müller: Ein Olympiasieger macht Druck

Den Ring ins Rollen brachte ein Nürnberger Olympiasieger: Max Müller. Mit Hockey-Gold im Gepäck von den Spielen 2012 aus London heimgekehrt, setzte er sich öffentlich für eine systematische Förderung ein und hatte schnell Verbündete. Aus einem runden Tisch mit der Sparkasse Nürnberg und der Deutschen Olympischen Gesellschaft Mittelfranken ►

Symbolism was very important when the association “Der Goldene Ring” (the golden ring) was choosing a logo. It represents the “lucky golden ring” from Nuremberg’s “beautiful fountain” (schöner Brunnen) on the city’s main square, as well as the five Olympic rings. The design is intended to symbolise the attachment of the athletes to their home region and their aspirations to win Olympic gold. “Golden Ring” athletes already took part in the games in Rio de Janeiro in 2016. There’s every probability that on 24 July 2020, Nuremberg athletes will once again be part of the German delegation at the opening ceremony for the Summer Olympics in Tokyo, when they’ll finally get the attention that they generally don’t see ahead of the games.

“These athletes are like ‘one-man businesses’: They don’t have managers or advisers, and between the demands of training for the Olympics, school and jobs they rarely have time for PR work or to secure and nurture sponsors,” says Benjamin Jung from Sparkasse Nürnberg. The banker belongs to the board of the association, which provides vital support to Olympic hopefuls through monthly grants and targeted PR work on their behalf. “Successful athletes encourage regional identification and are important ambassadors for our home region.”

Max Müller: Olympic medal winner exerts pressure

Max Müller, an Olympic medal winner from Nuremberg, started the ball rolling. Returning home from the 2012 London games with a gold medal for hockey in his luggage, he publicly advocated for systematic support of athletes and very soon found allies. ►

Max Müller: Der Nürnberger
Hockey-Olympiasieger ist
Initiator des Vereins „Der
Goldene Ring“.

Max Müller: The Nuremberg
native and winner of Olympic gold
for hockey is the initiator of the
association “Der Goldene Ring.”





Schon in Rio 2016 waren „Goldener Ring“-Olympioniken am Start: v. re. Tahir Gülec, Rabia Bachmann (beide Taekwondo) und Christopher Wesley (Hockey) bei der Verabschiedung durch Dr. Matthias Everding, Vorstandsvorsitzender der Sparkasse Nürnberg, und Max Müller, Vorstand „Goldener Ring“.

“Golden Ring” Olympians took part in the Rio games in 2016: from right to left, Tahir Gülec, Rabia Bachmann (both taekwondo), and Christopher Wesley (hockey) at their official send-off by Dr Matthias Everding, CEO of Sparkasse Nürnberg, and Max Müller, President of the “Goldener Ring” association.

- ging der eingetragene Verein „Der Goldene Ring“ hervor. Das war im September 2015. Vier Monate später erfolgte auf der Nürnberger Kaiserburg der offizielle Startschuss mit acht Athleten und den Förderern.

Noch vor diesem Winter wird es wieder spannend: Dann entscheidet der Sportbeirat im olympischen und paralympischen Bereich über ein aufgestocktes Stipendium für Sportler, die sehr gute Chancen auf eine Qualifikation für Tokio haben. Unterstützen kann aber auch jeder, der normalerweise vor dem Fernseher die Daumen drückt – mit nur 50 Euro im Jahr.

Anreiz schaffen für Athleten

Der „Goldene Ring“ verfolgt gemeinsam mit den Sportlern ein Ziel: Nürnberg bei den Olympischen Spielen zu vertreten. Benjamin Jung: „Deshalb wollen wir Lobby für sie sein und sie untereinander vernetzen, aber auch einen Anreiz schaffen, dass erfolgreiche Athleten in Nürnberg bleiben oder hierherkommen.“

- Following a round table with Sparkasse Nürnberg bank and the German Olympic Society of Middle Franconia, the registered voluntary association “Der Goldene Ring” came into being in September 2015. Four months later the association was officially launched with eight athletes and their supporters.

Things are about to get exciting again before this winter, when the sports advisory board for the Olympics and Paralympics will decide about providing a larger grant for athletes who have a very good chance of qualifying for Tokyo. But people who normally just cross their fingers in front of the TV can also provide support, with just EUR 50 a year.

Creating incentives for athletes

The “Goldene Ring” and the athletes have a common goal: to represent Nuremberg at the Olympic Games. Benjamin Jung: “That’s why we want to act as a lobby for them and connect them with one another, and also create an incentive for successful athletes to remain in or come to Nuremberg.”

... **402** Ausstellern
auf der MedtecLIVE

„Das neue Format ist eine optimale Plattform für den Austausch innerhalb der Medizintechnikbranche. Wir konnten zahlreiche gute Gespräche führen und neue Kontakte knüpfen.“

Verena Vetter, Strategisches
Produktmanagement, MULTIVAC
Sepp Haggenmüller SE & Co. KG

... **402** exhibitors
at MedtecLIVE

“The new format is the ideal platform for knowledge-sharing within the medical technology sector. We were able to have a lot of good conversations and establish new contacts.”

Verena Vetter, Strategic Product
Management, MULTIVAC Sepp
Haggenmüller SE & Co. KG

BUSINESS GROWS WHEN THE WORLD COMES TOGETHER

International exhibition year October 2019 to September 2020

ABRAFATI (São Paulo, Brazil)	01.10. – 03.10.	FOOD EXPO (Athens, Greece)	07.03. – 09.03.
VE Latino Americano (São Paulo, Brazil)	01.10. – 03.10.	OENOTELIA (Athens, Greece)	07.03. – 09.03.
PADDLEexpo *	04.10. – 06.10.	BIOFACH JAPAN Pavilion in FOOD EX JAPAN (Chiba, Tokyo, Japan)	10.03. – 13.03.
it-sa - The IT Security Expo and Congress	08.10. – 10.10.	PAINTINDIA (Mumbai, India)	12.03. – 14.03.
Insights-X ° *	09.10. – 12.10.	FENSTERBAU FRONTALE	18.03. – 21.03.
FOODTECH (Athens, Greece)	12.10. – 14.10.	HOLZ-HANDWERK	18.03. – 21.03.
International Powder & Bulk Conference & Exhibition (Shanghai, China)	16.10. – 18.10.	Beviale Moscow (Moscow, Russia)	24.03. – 26.03.
BROADCAST INDIA (Mumbai, India)	17.10. – 19.10.	MedtecLIVE	31.03. – 02.04.
MUMBAIWOOD (Mumbai, India)	17.10. – 19.10.	PCIM Europe *	05.05. – 07.05.
EVTec (Shanghai, China)	28.10. – 29.10.	SMTconnect	05.05. – 07.05.
iENA *	31.10. – 03.11.	Bio Festival (Athens, Greece)	08.05. – 10.05.
BIOFACH INDIA (Greater Noida, Delhi/NCR, India)	07.11. – 09.11.	BIOFACH CHINA (Shanghai, China)	13.05. – 15.05.
BrauBeviale	12.11. – 14.11.	CRAFT BEER CHINA (Shanghai, China)	13.05. – 15.05.
REFCOLD INDIA (Hyderabad, India)	21.11. – 23.11.	PAK-ID (Shanghai, China)	13.05. – 15.05.
XENIA (Athens, Greece)	23.11. – 25.11.	Interzoo °	19.05. – 22.05.
SPS *	26.11. – 28.11.	FCE Cosmetique (São Paulo, Brazil)	02.06. – 04.06.
EUROGUSS	14.01. – 16.01.	FCE Pharma (São Paulo, Brazil)	02.06. – 04.06.
Perimeter Protection	14.01. – 16.01.	Glass South America (São Paulo, Brazil)	03.06. – 06.06.
Spielwarenmesse® ° *	29.01. – 02.02.	R+T South America (São Paulo, Brazil)	03.06. – 06.06.
HPCI India (Mumbai, India)	06.02. – 07.02.	Stone+tec Nürnberg	17.06. – 20.06.
HORECA (Athens, Greece)	07.02. – 10.02.	BIOFACH AMERICA LATINA – BIO BRAZIL FAIR (São Paulo, Brazil)	17.06. – 20.06.
BIOFACH °	12.02. – 15.02.	SENSOR+TEST *	23.06. – 25.06.
VIVANESS °	12.02. – 15.02.	FeuerTrutz	24.06. – 25.06.
embedded world	25.02. – 27.02.	Bedding Show Brazil (São Paulo, Brazil)	21.07. – 24.07.
ACREX India (Greater Noida, Delhi/NCR, India)	27.02. – 29.02.	Beviale Mexico (Guadalajara, Mexico)	29.07. – 31.07.
FIRE & SECURITY INDIA EXPO (Greater Noida, Delhi/NCR, India)	27.02. – 29.02.	PET South America (São Paulo, Brazil)	19.08. – 21.08.
India Mattresstech Expo (Bangalore, India)	27.02. – 01.03.	Pet Experience (São Paulo, Brazil)	28.08. – 30.08.
INDIAWOOD (Bangalore, India)	28.02. – 03.03.	GaLaBau	16.09. – 19.09.
Enforce Tac °	04.03. – 05.03.	PADDLEexpo *	25.09. – 27.09.
U.T.SEC	04.03. – 05.03.	POWTECH	29.09. – 01.10.
IWA OutdoorClassics °	06.03. – 09.03.		

Extract from the programme of events (subject to change)

° For trade buyers with legitimization only * by external organizer