

Die Musik spielt in China und bald auch in Thailand

Aus einer **kleinen Intralogistik-Fachmesse** am Stuttgarter Killesberg hat sich die Logimat inzwischen zu einer weit über deutsche Landesgrenzen hinaus genutzten **Plattform** entwickelt. Und es geht noch mehr: Wir haben mit **Peter Kazander** gesprochen, der seit einigen Jahren für die Euroexpo deren **expansive Asienstrategie** vorantreibt.

Herr Kazander, was bewegt einen, der nach Anfängen am Killesberg und dann dem Umzug in die Landesmesse Stuttgart nicht umsonst „Mr. Logimat“ genannt wird, umzusatteln und sein Glück in Asien – sprich: Logimat China – zu suchen?

Ich habe einfach Spaß daran, Dinge zu bewegen. Ich sah bereits in 2014 eine Chance, in China Fuß zu fassen. Nachdem ich die Logimat Stuttgart letztes Jahr sauber an Michael Ruchty übergeben konnte, der sie mit viel Leidenschaft fortführt, hatte ich nun glücklicherweise mehr Zeit, strategisch auch andere Märkte anzugehen. Beide Standorte, Shanghai und Bangkok, sind sehr dynamisch und bieten hervorragende Voraussetzungen, um dort für und mit unseren Ausstellern eine starke Logimat-Plattform aufzubauen.

Aber ohne den starken Partner Messe Stuttgart im Rücken hätten Sie 2014 diesen Schritt ins Reich der Mitte sicherlich nicht gewagt ...

Unsere Beziehung zur Messe Stuttgart ist über die vielen Jahre hinweg sehr vertrauensvoll gewachsen und die Landesmesse hatte bereits am Standort Nanjing mit der dortigen Messe den Fuß in der Tür. Es ist alleine aufgrund rechtlicher Aspekte nicht einfach, in China als Newcomer eine Messe zu etablieren. Es war

Die Veranstalter der Logimat China – die Euroexpo und die Messe Stuttgart – haben sich 2019 erstmals für den Standort Shanghai entschieden. Dort findet sie fortan parallel zur Transport Logistic China der Messe München statt.

somit für mich ein logischer Schritt, dabei zu sein, als ich von der Seite angesprochen wurde, mich auch in China zu engagieren.

Im vergangenen Jahr haben Sie die Logimat China von der alten Kaiserstadt Nanjing, was so viel wie „südliche Hauptstadt“ bedeutet, ins wirtschaftlich prosperierende Shanghai verlagert. Dort veranstaltet die Messe München im Shanghai New International Expo Centre (SNIEC) ihre erfolgreiche Fachmesse „transport logistic China“. Sehen Sie wirklich Synergien zwischen dieser „Extralogistik-Fachmesse“ und der Logimat, die sich ja auf intralogistische Themenstellungen konzentriert?

Der Umzug von Nanjing in die 1-Tier-City Shanghai war für eine B2B-Messe enorm wichtig. Wir haben seinerzeit selbstverständlich unsere Aussteller befragt und sie haben sich nahezu alle für Shanghai ausgesprochen. Die Logimat parallel zur transport logistic China durchzuführen, ist strategisch gesehen absolut richtig, und zwar für beide Messen. Der Messebesucher kann mit einem Ticket beide Veranstaltungen besuchen und sich somit über die gesamte logistische Prozesskette informieren. Auf der Logimat erhält er Produkte und Lösungen für den innerbetrieblichen Materialfluss und die IT-Steuerung vom Wareneingang über die Produktion bis zur Auslieferung an der Rampe. Die Parallelveranstaltung – ausgerichtet von der Messe München Shanghai – zeigt ihm dann alle weiteren Wege der logistischen Prozesse auf, bis die Ware ihr Ziel erreicht hat. Dieses Konzept mit einzigartigen Synergien erweist sich als Publikumsmagnet. Es zieht gleichermaßen Fachbesucher aus Industrie, Handel und Dienstleistung an, die für die Optimierung der innerbetrieblichen Prozesse in ihren Unternehmen zuständig sind, wie den weiteren Kreis an Logistikern, die das Handling des Transportes verantworten und entsprechende Lösungen suchen.

Fast die Hälfte der 25.000 Fachbesucher der vergangenen Logimat China kamen aus einem Umkreis von gerade einmal 100 km um Shanghai. Das kann aber nicht Ihr Anspruch sein, bei einem geografisch so riesigen Land wie China ...

Stimmt. Das bedeutet aber gleichzeitig, dass mehr als die Hälfte der Besucher eine deutlich weitere Anreise hatte. Aber Sie haben Recht, der Umkreis muss und



wird stetig wachsen. Auch die Logimat in Stuttgart ist von einer Messe mit regionalem Fokus über die Jahre zur weltweit führenden Intralogistikmesse für Entscheider im Zentrum Europas geworden. Zunächst ist es entscheidend, einen Grundstock zu legen, und da ist es wichtig, dass der enge Kreis mit diesem Radius bis circa 150 km zur Veranstaltung kommt. Mit dem Anstieg des Bekanntheitsgrades, gerade auch, was die „Mund-zu-Mund-Propaganda“ betrifft, wird dieser dann immer größer. Ich bin sehr optimistisch, dass uns dies zielgerichtet auch in diesem Markt gelingt.

Wie stehen Sie eigentlich zu dem seit wenigen Jahren mit Macht betriebenen Projekt der „Neuen Seidenstraße“, international besser bekannt als „Belt and Road Initiative (BRI)“? Ist das für Sie wirklich ein Akt des guten Willens, wie es in China gerne bezeichnet wird, oder sehen Sie dahinter, wie immer mehr vor allem Westeuropäer es tun, konkrete, knallharte machtpolitische Interessen?

Ich bin kein Politiker und halte mich in der Hinsicht auch gerne etwas zurück. Es ist ein Projekt, das massiv vom chinesischen Staat vorangetrieben wird, um die Interessen und Ziele im Hinblick auf den Auf- und Ausbau interkontinentaler Handelsbeziehungen zu fördern. Böse Zungen behaupten sogar, es würde als Infrastrukturprojekt getarnt. Es sind so viele unterschiedliche Länder weit über die Grenzen Chinas und Asiens hinaus mit Einzelprojekten daran beteiligt, dass die Gesamtkoordination schwer erkennbar ist. Es ist als Gesamtprojekt einfach zu komplex, aber sorgt für viel Presse und macht China zum Player der Stunde.

Bleiben wir mal in Asien. Die Logimat will expandieren. Ist Thailand wirklich die richtige Drehscheibe des südostasiatischen Logistikmarktes? Ich denke da nur an die Kämpfe, die sich die Königstreuen „Gelben“ dort noch vor wenigen Jahren mit den revolutionären „Roten“ geliefert haben ...

Die Logimat will nicht expandieren um des Expandierens willen. Wir wollen für und mit unseren Ausstellern Plattformen aufbauen und deren Geschäft auf- und ausbauen. Welche politischen Kräfte in einem Land gerade die Vorherrschaft haben, ist für uns als Messeveranstalter nicht gänzlich unwichtig, aber doch eher nebensächlich. Egal welche Macht vorherrscht, es geht immer um den Ausbau von wirtschaftlichen Interessen. Diese treiben jede Regierung an. Wir liefern als Veranstalter eine Informationsplattform, wo Angebot und Nachfrage zusammenkommen. Thailand besetzt den zweiten Rang auf Asiens internationalem Logistikindex. Spannend und Erfolg versprechend ist, unabhängig von der aktuellen politischen Situation, die geografische Lage und somit das gesamte Einzugsgebiet mit den dynamischen Nachbarländern Myanmar, Laos, Kambodscha, Indonesien, Singapur und Vietnam.

Wie genau sind die Beteiligungsverhältnisse an der neuen Messe im Mai zwischen der Euroexpo, der Landesmesse Stuttgart und Ihrem lokalen Partner Expolink Global Network geregelt? Es war ja zu lesen, dass Sie deren „Intelligent Warehouse“ übernommen haben ...

Wir, die Euroexpo und die Landesmesse Stuttgart, haben die Messe „Intelligent Warehouse“ im Mai 2019 übernommen und bauen sie gemeinsam mit dem lokalen Initiator und Durchführungsgesellschaft Expolink Global Network als internationales Spitzenevent der Branche aus. Wir haben Expolink nach wie vor im Boot, weil wir den lokalen Messeveranstalter als strategischen Vertriebspartner und Experte vor Ort brauchen. Expolink verfügt über exzellente Kontakte in der Branche und wir haben eine sehr vertrauensvolle Zusammenarbeit.

50 lokale und internationale Aussteller bei der 2015 gestarteten „Intelligent Warehouse“ sind, sagen wir einmal, nach deutschen Maßstäben gerechnet nicht gerade viel. Hoffen Sie auf eine ähnliche Bergauf-Entwicklung wie die der Stuttgarter Logimat?

Wir hoffen nicht nur darauf, wir sind überzeugt davon! Wir haben diese Schlüsselaussteller namhafter Unternehmen und jetzt gilt es, darauf aufzubauen. Wir etablieren auch in Bangkok das einmalige Konzept der Logimat als „Messe mit Mehrwert“, das heißt, wir setzen auf hochwertige Informations-

vermittlung mit dem Mix aus Ausstellung und Top-Rahmenprogramm mit den Themen, die gerade im Brennpunkt stehen. Aber ... ich werde mich nicht verstellen und bleibe meinem „alten“ Motto treu: „Nie weiter reichen wollen, als der Arm lang ist.“ Wir streben ein gesundes und stetiges Wachstum an. Der Standort hat hervorragendes Potenzial, als Stadt und als Wirtschaftszentrum Südostasiens.

Zwischen Wuhan und Bangkok zu Ihrer neuen Messe sind es fast 2400 km – das ist weit. Es ist zwar ein wenig wie der Blick in die Glaskugel, aber wie schätzen Sie denn die Auswirkungen des Coronavirus auf das Besuchsverhalten in Thailand ein?

Ich habe in der Tat diese Glaskugel auch nicht auf meinem Schreibtisch und eine gewisse Unsicherheit gibt es selbstverständlich. Das gilt gleichermaßen für Stuttgart im März und Shanghai im Juni. In Bangkok erwarte ich diesbezüglich aus heutiger Sicht keine wesentliche Beeinträchtigung. Ich bin optimistisch und hoffe, dass die Zeit bis Mai ausreicht, um die Entwicklung so zu entschärfen, dass sie keinen weitreichenden Einfluss mehr auf das Business nimmt.

Herr Kazander, haben Sie recht herzlichen Dank für Ihre offenen Antworten!

INFO



Peter Kazander

Peter Kazander kam 1955 in Rotterdam zur Welt. Sein Einstieg in den Beruf lag praktisch direkt vor der Stadt – der Bereich Deep Sea. Im Jahr 2003 kam Kazander zum Münchener Messeveranstalter Euroexpo Messe- und Kongress-GmbH. Von Beginn an baute er als Messeleiter die Logimat in Stuttgart kontinuierlich zur weltweit größten Fachmesse für Intralogistik aus. Seit Oktober 2015 ist Kazander dort Geschäftsführer, seit April 2014 zusätzlich für die Auslandsgeschäfte der Euroexpo zuständig. Er verantwortet dabei insbesondere den erfolgreichen Ausbau der Logimat China und seit 2019 die Fachmesse „Logimat – Intelligent Warehouse“ in Bangkok (Thailand). mm-logistik.de
Suche „Euroexpo“

MM LOGISTIK

INTERVIEW

Das Interview führte Bernd Maienschein, Chefredakteur MM LOGISTIK.