

„Das ist unser Job!“

Ein Gespräch über den erfolgreichen Versuch, nach drei Jahren wieder durchzustarten



Jan Kaulfuhs-Berger, Chefredakteur „Technische Logistik“ im Gespräch mit Peter Kazander (rechts), Geschäftsführer Euroexpo GmbH, und Phusit Sasitaranondha (Mitte), Managing Director, Expolink Global Network Ltd., während der Logimat in Stuttgart.

Im Mai 2019 erwarb die Euroexpo GmbH, Veranstalterin der Logimat in Stuttgart, die Messe Intelligent Warehouse in Bangkok. Im Juli 2019 fand noch unter dem alten Namen, gewissermaßen die Generalprobe statt. Als man im Jahr darauf durchstarten wollte, kam Corona dazwischen. Nach über drei Jahren gibt es mit der „Logimat | Intelligent Warehouse“ vom 26. bis 28. Oktober 2022 in Bangkok einen Neustart. Während der Logimat in Stuttgart hat Jan Kaulfuhs-Berger, Chefredakteur „Technische Logistik“ die Protagonisten dieser Messe, Peter Kazander, Geschäftsführer Euroexpo GmbH, und Phusit Sasitaranondha, Managing Director, Expolink Global Network Ltd., getroffen.

Jan Kaulfuhs-Berger: Drei Jahre warten, ohne zu wissen, wann es wirklich los geht. Wie handelt man das, wie managt man so etwas?

Peter Kazander: Mit einer ganzen Menge Frust im Bauch. Im Mai 2019 haben wir voller Begeisterung die Messe Intelligent Warehouse übernommen und waren voller Tatendrang, 2020 durchzustarten. Bekanntlich ist daraus nichts geworden. Leider auch 2021 nicht, entgegen aller Erwartung.

Aber jetzt, oder?

Phusit Sasitaranondha: Ja, 2022 werden wir das erste Mal so richtig Gas geben können und eine tolle „Logimat | Intelligent Warehouse“ auf die Beine stellen. In der Tat das erste Mal unter diesem Label ...

... was 2019 so noch nicht ging.

Sasitaranondha: Nein, 2019 war einfach die Zeit zu kurz. Die Übernahme war im Mai, die Messe im Juni. Das ist zu knapp für ein neues Branding. Trotzdem, es war 2019 eine tolle Veranstaltung, zwar deutlich kleiner als die Logimat Stuttgart, aber qualitativ hochwertig mit tollem Informations-Rahmenprogramm. Eine Messe mit Mehrwert.

Man kann also sagen, dass die „Logimat | Intelligent Warehouse“ in Bangkok de facto die „kleine Schwester“ der Logimat Stuttgart ist.

Kazander: Ja. Es gibt aber einen Unterschied in der Entstehung, aus einer bestehenden Messe heraus. Dann ist man nicht mehr hundert Prozent frei in der Grundgestaltung. Da gibt es einen Rahmen, innerhalb dessen man sich

bewegen sollte. Was wir aber radikal umgesetzt haben, ist, dass das Rahmenprogramm aus den Konferenzräumen in die Halle verlegt wird. So wie man die Logimat vor Corona auch kennt. Hier hat auch der Aussteller beispielsweise die Möglichkeit, sich und seine Lösungen zu präsentieren, ohne dass die Fachbesucher dazu die Halle verlassen müssen.

Bleiben wir beim Begriff „kleine Schwester“. Mit wie vielen Ausstellern kann der Besucher rechnen?

Sasitaranondha: Die Zahl der Aussteller wird um die 100 liegen.

Und das sind ...?

Kazander: ... große Namen. Wir haben die Intelligenz Warehouse seinerzeit gekauft auf Bitten der damaligen Aussteller. Das waren Unternehmen wie SSI Schäfer, Interroll, Swislog etc., aber interessanterweise auch einige holländische Unternehmen. Die wollten die seit 2015 gut laufende kleine Veranstaltung auf ein internationales Niveau bringen. Da machen wir in 2022 erst den Anfang, ich bin aber für das Jahr 2023 hier sehr optimistisch.

Wie wir hören, sind die potentiellen Aussteller in der Zwischenzeit auch nicht untätig geblieben.

Sasitaranondha: Das stimmt, diese Unternehmen haben die Coronazeit genutzt und einen eigenen Verband gegründet: Der Thai Intralogistics Association, abgekürzt: TIA.

Bevor wir aber ganz vom Thema abschweifen. Die „Logimat | Intelligent Warehouse“ findet vom 26. bis 28. Oktober 2022 in Bangkok statt, ja?

Kazander: Und zwar mit Sicherheit! *(lacht)*. Wir haben leider auch in den vergangenen Monaten von einigen europäischen Unternehmen gehört: „Thailand im Oktober? Da machen die doch schon längst wieder zu. Dann ist Herbst und Corona ist wieder da.“ Also es gibt eine Reihe von Unternehmen, die 2022 noch zurückhaltend sind. Aber die Messe findet statt, und wir haben in Thailand sogar das erste Mal in der Geschichte der Logimat einen Deutschlandpavillon unter der Dachmarke „made in Germany“ genehmigt bekommen, unterstützt vom Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz, zusammen mit AUMA. Da sind Unternehmen wie Jungheinrich – was mich sehr freut – oder Bito Lager-technik, Ferag, Mias und andere große Namen dabei, die wir auf diesem Wege jetzt nach Thailand mitnehmen.

Ist das ein Versuchsballon für die eben genannten Firmen, die sagen, ich will ja nicht komplett eigenständig ausstellen, aber ...

Kazander: ... für Jungheinrich nicht. Aber für einige andere ist das tatsächlich sowas wie ein Versuchsballon. Die sagen sich selbstverständlich: Natürlich komme ich nicht nach Thailand und buche gleich ein Großprojekt. Es ist Networking, es ist Kontakte legen, es ist in den Markt reinriechen. Und das gilt neben Jungheinrich, die bereits stark vor Ort vertreten sind, für alle Teilnehmer auf dem Gemeinschaftsstand.

Die Besucher kommen dann im Wesentlichen aus Thailand oder erwartet man auch Fachpublikum aus den umliegenden Ländern?

Sasitaranondha: Also das Besuchermarketing läuft jetzt natürlich auf Hochtouren. Und ja, das ist gezielt neben Thailand auf Kambodscha, Laos und Vietnam angelegt, ebenso auf Myanmar, obwohl politisch etwas schwierig. Die Frage ist: Was ist der große Zukunftsmarkt? Ich sage hier: Vietnam. Da tut sich sehr viel, das ist ein spannender Markt.

Ketzerisch könnte man nun fragen: Warum ist man dann mit der Messe in Bangkok und nicht in Saigon?

Kazander: Wer mich kennt, kennt auch meinen Standardspruch. Für mich gibt es drei Fak-

toren für eine erfolgreiche Messe: Location. Location. Location ...

... ein zwanzig Jahre alter Spruch, der bis heute nichts an Aussage eingebüßt hat.

Kazander: Richtig, auch in Bangkok haben wir eine Location, wo Leute gerne hingehen, sowohl national als auch international. Und er ist von der Erreichbarkeit fantastisch. Wenn ich Ihnen morgen sage: Komm, wir gehen nach Bangkok, dann sagen Sie wahrscheinlich ja. Wenn ich Ihnen sage, wir gehen nach Saigon, fragen Sie wahrscheinlich warum?

Nein, ich würde auch ja sagen.

Kazander: *(lacht)* Aber Sie verstehen, was ich meine. Und dann haben wir einen Glückstreffer. Glückstreffer bei Flughäfen habe ich immer schon gehabt – Beispiel Stuttgart. Das Messegelände in Bangkok ist zwar ein bisschen außerhalb, hat aber vor der eigenen Haustür Bangkoks zweiten Flughafen. Von hier starten und landen die meisten so genannten Billig-Airlines – regionale aber auch in das benachbarte Ausland. Also auch hier haben wir wie in Stuttgart kurze Wege.

Wir hatten im Vorgespräch über das Rahmenprogramm gesprochen. Da scheint es etwas zu geben, das uns interessiert.

Kazander: Es gibt viel. Da waren die Kollegen in Thailand wirklich kreativ. Die Bühnen, die wir in der Halle bauen, stammen aus dem Plan Stuttgart. Die Farbe der Logimat Stuttgart ist orange, das Logo Intelligent Warehouse war blau – also werden wir eine blaue und eine orange Bühne haben, wo neben verschiedenen Partnern unter anderem die Rangsit University und das Thai-Nichi Institute of Technology Teile des Rahmenprogramms abhalten. Wir sprechen aber auch über die Automatisierung in der Industrie, und unsere Aussteller haben eine Reihe an Möglichkeiten, sich dort zu präsentieren. Zudem übernimmt die Thai Intralogistic Association Teile der Organisation und Durchführung des Rahmenprogramms.

Wer kommt aus Deutschland?

Kazander: Nun, ich hätte auch gerne einige befreundete Professoren aus Deutschland mit nach Thailand genommen, weil das eine gute Art ist, die Wissenschaft mit einzubeziehen, um Technologie-Know-how auszutauschen. Aber dafür liegt der Termin genau verkehrt, in der ersten Semester-Woche. Aber wir werden mit Online-Zuschaltungen beide Welten live zusammenbringen.

Was bei dem Digitalisierungs-Know-how in Thailand sicher kein Problem sein wird.

Aber, um einmal einen inhaltlichen Schritt zu machen: Welche Rolle spielt die Robotik in dieser Region?

Sasitaranondha: Das Thema ist in Europa ganz oben in den Diskussionen, und wir werden es auch in Bangkok sehen: Wir haben auf der Messe eine Sonderplattform „When man and robotics work together“. Auf dieser Eventplattform geht es um Interaktion, um in der Vorführung darzustellen, wie sind die Abläufe zwischen Menschen und Roboter? Der Roboter ersetzt mich nicht, schlimmer noch, er braucht meine Hilfe.

Wir haben zudem von einer Intralogistic Clinic gehört.

Sasitaranondha: Ja, das ist eine ganz tolle Idee: Man hat ein Problem als Unternehmen in der Intralogistik. Jetzt geht man in diese „Klinik“ und bekommt hier ein kostenfreies erstes Beratungsgespräch.

Kazander: Das werden wir 2023 sicherlich noch weiter ausbauen. Meiner Meinung nach ist das eine spannende Sache für sehr viele potenzielle europäische Beratungshäuser, um über dieses Klinikkonzept wirklich ins Gespräch zu kommen. Denn jede Geschäftsbeziehung fängt bekanntlich mit einem Erstgespräch an.

Welche Erwartungen Sie an die Messe haben, ist schon angesprochen. Gibt es noch etwas, das ein wenig darübersteht?

Kazander: Das ist die Akzeptanz im Markt. Es ist das erste Mal, dass wir mit der Marke Logimat kommen. Von Stuttgart her ist man an die Marke gewöhnt und auch verwöhnt. Logimat in Europa braucht man nicht mehr groß erläutern. Man darf nicht den Fehler machen, im Ausland zu erwarten, dass das auch so sein wird. In Vietnam kennen nur ganz wenige die Marke Logimat. Wir bilden uns immer ein, weltweit bekannt zu sein. Aber das ist nicht so. Man muss gedanklich mit seiner Marke wieder zurück ins Jahr 2003, 2004, wo wir auf der Logimat mit 150 Ausstellern auf dem Killesberg unterwegs waren und es geschafft haben, die richtigen Aussteller mit den richtigen Fachbesuchern zusammenzubringen. Das ist unser Job!

Meine Herren, herzlichen Dank für das Gespräch!

