



Hans J. Michael GmbH



Lounges 2017 – Veranstalter ziehen positive Bilanz

Neuerungen im Konzept kommen bei Ausstellern und Besuchern gut an



Zum vierten Mal fanden die Lounges in Stuttgart statt. In diesem Jahr lag der Termin bereits am Jahresanfang, vom 31. Januar bis 2. Februar 2017. Änderungen gab es auch im Konzept. Aussteller wie Besucher zeigten sich erfreut über qualitativ hochwertige Fachvorträge, eine entspannte Atmosphäre und zahlreiche Verpflegungsstände, an denen zu jeder Zeit Essen und Getränke verfügbar waren. Die Veranstalter planen auch für die Zukunft Neuerungen: Mit einem kleineren Ausstellerteam will man näher zum Kunden und weitere Städte für die Messe erschließen. Und im kommenden Jahr kehren die Veranstalter noch stärker zu den Wurzeln zurück – dann finden die Lounges wieder in Karlsruhe statt.

Die Bilanz kann sich sehen lassen: 8000 Besucher kamen zu den Lounges 2017, etwa 500 mehr als im Vorjahr. Rund 240 Unternehmen präsentierten sich mit eigenen Ständen oder mit Gemeinschaftsständen. So etwa der VIP 3000 – Verein Interessensgemeinschaft Pharmabau sowie die ISPE – International Society for Pharmaceutical Engineering. Seit nunmehr zwei Jahren haben sich die Lounges auf die Bereiche Reinraum- sowie Pharmaprozess-technik konzentriert. Dazu kommt noch der Branchentreff für die Lebensmittel-industrie – Hygienic Design EXPO. „Bei Besuchern und bei Ausstellern gibt es Überschneidungen in diesen

Bereichen“, sagt Ulrich Rothgerber vom Veranstalter Inspire – Event Management. „Das passt ganz gut zusammen. Trotzdem ist es schön, dass beide Bereiche ihren eigenen Rahmen haben. Daher bleiben wir auch dabei, dass diese sich optisch etwas anders präsentieren und eigene Vortragsräume haben.“ In Zukunft will man zudem noch enger mit dem CEC – Cleaning Excellence Center mit Sitz in Leonberg zusammenarbeiten.

Insgesamt wollen sich die Veranstalter wieder mehr auf die Stärken der Lounges konzentrieren. Die Verschiebung des Messetermins auf den Jahresanfang ist dabei wohlüberlegt: „Die Budgets sind noch da, die Unternehmer können noch planen“, sagt Rothgerber. „Außerdem ist reichlich zeitlicher Abstand zu anderen großen Veranstaltungen und Messen der Branche. So kommen die Aussteller nicht in Stress, wenn sie auch noch woanders vertreten sein möchten.“ Dass die Lounges 2018 wieder in Karlsruhe stattfinden sollen, entspricht der Tradition. „Die Erwartungshaltung für Stuttgart war groß. Man erhoffte sich mehr Internationalität, mehr Aussteller und mehr Besucher“, sagt Rothgerber. Das sei aber in dem Maß, in dem man sich das vorgestellt habe, nicht eingetreten. „Dazu kommt, dass die Lounges von ihrer familiären, überschaubaren und, im Vergleich zu anderen Messen, eher ruhigen Atmosphäre leben. Wir haben in Stuttgart verschiedene

Lounges 2017 – Veranstalter ziehen positive Bilanz



Versuche gestartet, unterm Strich war es einfach nicht optimal. Wir haben draus gelernt.“ Letzteres zeigte sich bereits bei den diesjährigen Lounges, die im Vergleich zu den vergangenen drei Jahren an Atmosphäre, ansprechender Gestaltung und Inhalt gewonnen haben.

Änderungen gab es beispielsweise beim Vortragskonzept: Neben Fachbeiträgen standen Vorträge zu Praxisbeispielen, etwa zu umgesetzten Kundenprojekten, auf dem Programm. „Wir haben versucht, das Niveau der Vorträge so zu gestalten, dass mehr Entscheider auf die Messe kommen“, sagt Rothgerber. „80 Prozent der Besucher orientieren sich am Vortragsprogramm. Daher haben wir die Aussteller aufgefordert, Projekte vorzustellen, das heißt, Planung, Umsetzung und Kontrolle zu thematisieren und auch auf Probleme einzugehen, damit andere daraus lernen können.“ Zwar biete man nach wie vor auch Vorträge zu Einsteigerthemen an, doch man habe nun auch die Zielgruppe des mittleren und oberen Managements erreicht. Insgesamt wurden die Vorträge jedenfalls gut angenommen. Besucher wie Aussteller zeigten sich zufrieden. In den sechs dafür vorgesehenen Räumen wurden etwa 70 Vorträge gehalten. Hinzu kamen noch Produktshows an den Ständen, auf den Aktionsflächen und die „Darkzone“ (siehe weiter unten). „Die Darkzone ist eine tolle Sache. Wir müssen wir uns als Veranstalter bedanken, dass die Unternehmen die Initiative ergriffen haben“, sagt Rothgerber.

Weiterhin wurde das Messedesign in der Halle optimiert, indem einige Standvarianten zusätzlich angeboten wurden. Neben den üblichen Lounge-Ständen mit Leuchtwänden gab es offene Stände, sogenannte Marktplätze, mit kleiner Theke, Grafikwand und größere Bodenfläche, die es den Ausstellern ermöglichen, größere Projekte und Produkte zu präsentieren. Außerdem strukturierten auffallende,

trapezförmige Wände, auf denen sich mehrere Aussteller gleichzeitig darstellen konnten, die Raumaufteilung. Insgesamt haben sich Gestaltung, Oberflächen und Farben geändert und sollen in neuer Form den Messeauftritt auch in Zukunft prägen.

Und auch bezüglich der Verpflegung hat sich in diesem Jahr einiges getan: So gab es kein festgelegte Zeitfenster mehr, in dem sich Hungerige bedienen mussten, sondern man konnte zu jeder Zeit einen der 17 Bars besuchen, an denen beispielsweise Weißwürste, asiatische Küche, Schnitzelbrötchen, Reisgerichte und Kuchen angeboten wurden.

Andere Neuerungen, die die Veranstalter 2017 angehen wollten, mussten indes verschoben werden: So konnten bislang keine Universitäten für die Teilnahme gewonnen werden. „Aber wir bleiben an dem Thema dran“, so Rothgerber dazu. „Da steckt viel Potential drin. Man ist froh über jeden Studenten, den man für die Branche interessieren kann.“

Ausruhen wollen sich die Veranstalter jedenfalls nicht, was die Weiterentwicklung der Lounges betrifft. Bereits im Herbst noch startet eine weitere neue Initiative: So soll es am 17. und 18. Oktober nach Frankfurt gehen, um die Märkte der Kunden und Zielgruppen noch unmittelbarer zu erreichen. „Lounges on tour“ beziehungsweise „Cleanroom Experience Expo“ nennt sich die Veranstaltung, die erstmals 2017 stattfindet und gegebenenfalls – bei Erfolg – alle zwei Jahre im Wechsel mit den Lounges organisiert werden soll. Geplant ist es, mit einer kleineren Ausstellungsgruppe, „Größenordnung etwa 80 Firmen“, so Rothgerber, verschiedene Schauplätze der Reinraumbranche aufzusuchen. Wien, Basel und Berlin sind angedacht. Dort möchte man an attraktiven Orten wie etwa Fabrikhallen oder Hotels geladenen Gästen mittels Vorträgen sowie Ausstellerständen die teilnehmenden Unternehmen, Produkte und Dienstleistungen vorstellen. Ende 2017 findet also im Fraport-Forum Frankfurt der Probelauf für „Lounges on tour“ statt. Bislang nehmen 44 Unternehmen als Aussteller daran teil.



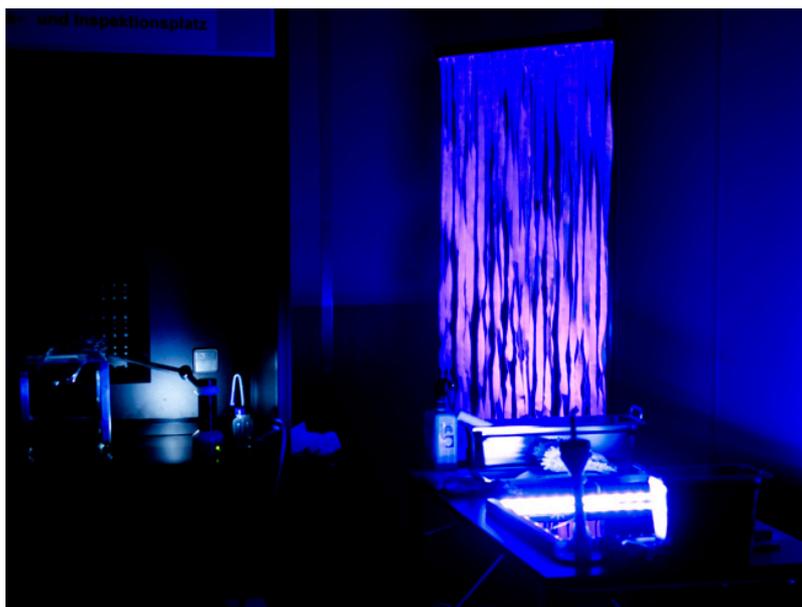
Lounges 2017 – Veranstalter ziehen positive Bilanz

Highlight: Darkzone

Das Highlight auf den Lounges 2017 war die Darkzone. Dastex, PPS Pfennig und CCI von Kahlden schufen in einem Kooperationsprojekt eine interaktive und spannende Bühne für die Visualisierung, Vermeidung und Entfernung von Kontaminationen. In einem Rundgang von neun Stationen flankiert von Fachvorträgen wurde das hochinteressante und komplexe Thema der effektiven Kontaminationskontrolle anschaulich und lebendig dargestellt.

Die 15-minütige Tour behandelte neun verschiedene Aspekte der Kontaminationskontrolle. Gefahrenquellen und Vermeidungsstrategien für Kreuzkontaminationen waren ebenso Teil der Tour wie die Reinigbarkeit unterschiedlicher Oberflächen und Materialien, der Einfluss der Oberflächenbeschaffenheit auf die Reinigungseffizienz, Partikelemissionen verschiedener Textilien, das Messen und Visualisieren von Reinigungsergebnissen und Oberflächenstrukturen, der Umgang mit Druckluft und notwendige Absaugmechanismen am Reinraumarbeitsplatz, die optimale Wischtechnik sowie das absolute und relative Absorptionsvermögen von Tüchern.

An jeder Station wurde hierzu Prüfkontamination auf Testoberflächen oder Testequipment aufgebracht. Durch Weiß- oder UV-Licht mit besonderer Lichteinstrahlung oder mit Hilfe von Reinstwasserdampf wurden Strukturen oder die Kontamination auf den Oberflächen sichtbar gemacht. Besonders an Stationen, an denen mit UV-Licht die fluoreszierenden Testkontaminationen sichtbar gemacht wurden, zeigte sich den Besuchern sehr deutlich, dass nahezu überall Verunreinigungen zu fin-



den sind, aber auch dass durch falsche Handhabung und/oder Materialien neue – zusätzliche – Kontaminationen entstehen können. Eine weitere Erkenntnis war, dass sowohl das Sichtbarmachen wie das Entfernen der Kontaminationen in vielen Fällen ganz individueller Lösungen bedürfen.

Eine zentrale Botschaft von Dastex, PPS und CCI war trotz der Komplexität hierbei dennoch, dass man beim Kontrollieren seiner Reinraumumgebungen nicht die Kontrolle verlieren muss, solange man sich der Gefahrenpotenziale bewusst ist und die gesamte Thematik hinsichtlich Zahlen auf Datenblättern oder vermeintlicher Prüfzertifikate sensibel hinterfragt.

Über 500 Besucher besuchten die Führungen durch die komplett ausgebuchte Darkzone. Die Resonanz von Betreibern wie Besuchern war durchweg sehr positiv! Die logische Konsequenz daraufhin war schon die Frage gibt es „so etwas“ auch wieder beim nächsten Mal?

Meinungen: Aussteller im Gespräch mit reinraum online



Stefan Haupt, Clear & Clean Werk für Reintechnik GmbH, Technischer Leiter:

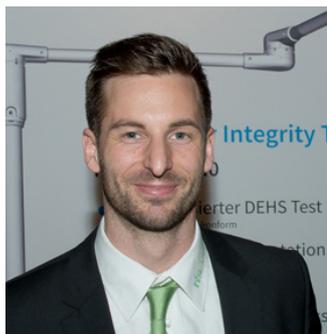
„Unsere Firma ist von Anfang an als Aussteller auf den Lounges vertreten. Für die Branche ist die Messe ein wichtiges Podium. Allerdings hätte es für uns in diesem Jahr etwas besser laufen können. Allein dadurch, dass der Termin in die Winterzeit gelegt wurde, konnten einige Kunden etwa aus den Gebieten um Regensburg oder auch Dresden aufgrund der Straßenverhältnisse nicht kommen. Wir würden es vorziehen, wenn die Messe in den Frühlings- oder Sommermonaten stattfinden würde. Ansonsten hat sich im Vergleich zu den Vorjahren einiges verbessert: Die Raumaufteilung ist viel angenehmer, obwohl man die Stände und auch die Foodtrucks sicher noch ein bisschen besser verteilen könnte. Die Verpflegung ist deutlich besser und das Konzept der Dark Zone hat mir besonders gut gefallen, das ist eine tolle Sache. Bei den Vorträgen, die unseren Bereich betreffen und die wir uns angehört haben, konnte ich allerdings keine großen Veränderungen erkennen. Die Ansage ist zwar ganz klar, dass keine Werbung stattfinden soll, dennoch wird nach wie vor sehr viel Werbung gemacht.“



Valentina Resar, Bereichsleiterin Marketing und Vertrieb, Diana Electronic-Systeme GmbH:

„Wir sind zum ersten Mal mit dabei. Bislang hatten wir keine Messeauftritte. Aber ich persönlich habe schon viele Messen erlebt und ich bin sehr zufrieden mit der Organisation und mit der Qualität der Kontakte. Unser Unternehmen ist mit seinen LED-Leuchten seit 2001 auf dem Markt und wir waren bislang eher im Segment Maschinenbau vertreten. Nun wollen wir uns auch auf die Pharmaindustrie konzentrieren, daher ist auch diese Messe für uns sehr sinnvoll. Wir erleben die offene Loungeatmosphäre hier als sehr positiv, die Leute sind entspannt und sehr interessiert. In diesen drei Tagen haben wir schon über 60 neue Kontakte geknüpft. Allerdings empfinden wir den Beginn um 8 Uhr 15 als etwas zu früh, die Besucher kommen in der Regel erst ab 9 Uhr. Außerdem hätten wir uns eine kurze Begrüßungsansage zur Eröffnung gewünscht. Alles in allem ist für uns die Messe aber jetzt schon ein Erfolg.“

Lounges 2017 – Veranstalter ziehen positive Bilanz



Christoph Hock, Projektleiter InfraSolution AG:

„Die Lounges sind unserer Unternehmensgruppe gut bekannt. Wir waren in den vergangenen Jahren stets als Besucher präsent. Als Aussteller sind wir das erste Mal hier. Unser Ziel war es, für unser Produkt RobotScanFlex Interessenten zu gewinnen und zu erfahren, wie es bei den potentiellen Kunden ankommt. Das haben wir erreicht. Wir waren rund um die Uhr beschäftigt, haben Fragen beantwortet und mit Interessenten gesprochen. Und vor allem haben wir neue Kunden gewonnen und viel gutes Feedback bekommen.“

Aus Sicht der Messe wäre es vielleicht eine Überlegung wert die Öffnungszeiten auf 9 bis 17 Uhr zu reduzieren, da jeweils in der erste Stunde ab 8.15 Uhr sowie zwischen 17 und 18 Uhr nur wenige Besucher da waren. Ansonsten war die Messe sehr gut besucht. Allgemein empfanden wir die Atmosphäre als sehr angenehm und ich kann mir gut vorstellen, dass wir nächstes Jahr wieder mit dabei sind.“



Stefan Erens, Testo Industrial Services GmbH, Prokurist, Geschäftsbereichsleiter Vertrieb GMP/GxP-Services:

„Unser Unternehmen ist seit 2009 mit dabei und wir schätzen die Lounges aufgrund ihrer speziellen Atmosphäre. Die Lounges ist keine klassische Ausstellungsmesse, sondern eine Kontaktmesse. Es geht es vor allem um Networking. Und das haben wir auch getan: Wir haben vorwiegend unsere Kontakte zu unseren Bestandskunden vertieft, aber auch Neukunden gewonnen und neue Ansprechpartner bei Kunden kennengelernt. Die Atmosphäre ist jedenfalls weit besser als im vergangenen Jahr. Das etwas andere Vortragskonzept hat uns gefallen, es gab deutlich mehr qualitativ hochwertige Vorträge. Auch dass man nun die Vertreter der zuständigen Behörden, die letztendlich die Marschrichtung für unsere Branche vorgeben und Entscheidungsträger sind, in das Programm mit einbindet, finde ich sehr gut. Außerdem wurde das mit dem Essen in diesem Jahr prima gelöst. Die Foodtrucks, an denen man sich verschiedene Speisen und Getränke den ganzen Tag über holen kann, sind für Aussteller wie Besucher ideal. Unser Fazit für die Messe: Vieles war besser gegenüber dem Vorjahr, einiges, etwa im Bereich der Vermarktung und der Kommunikation, könnte man noch verbessern. Unser persönliches Fazit: Wir wollen im nächsten Jahr wieder mehr selber gestalten, mit Vorträgen, aber auch mit Aktionsbühnen. Ich befürworte den Umzug nach Karlsruhe sehr. Dort ist die Atmosphäre gemütlicher, der Lounge-Charakter ist mehr gegeben und die Lage zu unseren wichtigsten Kunden ist auch besser.“



Stefan Hoch, Vaisala GmbH, Sales Manager CEN, Controlled Environment Life Science:

„Wir sind dieses Mal recht zufrieden und ich habe den Eindruck, dass das auch die allgemeine Stimmung widerspiegelt. Die Qualität der Gespräche ist gestiegen, die Raumaufteilung ist ansprechender gestaltet und es gibt einen regen Austausch, was die Innovationen auf dem Markt betrifft. Wir haben bestehende Kontakte gefestigt und unser Netzwerk weitergeknüpft. Dass die Messe nun Anfang des Jahres und damit auch Anfang des Geschäftsjahres stattfindet, ist prima. So kann man sich orientieren, was das Jahr in unserer Branche zu bieten hat. Auch das neue Konzept der projektbezogenen Vorträge gefällt mir gut. Die Kommunikation im Vorfeld der Messe, beispielsweise was Änderungen zum Vorjahr betrifft, wäre allerdings verbesserungswürdig. Beispielsweise war vielen nicht klar, dass die Lounges in diesem Jahr in einer anderen Halle wie in den vergangenen Jahren stattfindet und damit auch der Zulieferparkplatz woanders war. Ich persönlich habe es bloß durch Zufall gesehen. Einige Kunden haben am anderen Ende der Messe geparkt und mussten dann eine ziemlich lange Strecke zu Fuß zurücklegen. Wichtig wäre hier größere Transparenz beziehungsweise mehr Werbung und Information. Für das nächste Jahr in Karlsruhe haben wir uns bereits angemeldet. Ich persönlich kenne nur Stuttgart als Standort und bin gespannt. Das neue Projekt der Veranstalter, Lounges on tour, werden wir uns zuerst mal mit Interesse anschauen. Ob wir dann einsteigen, obliegt der Firma.“



Manfred Seifert, Zeta Biopharma GmbH, Head of Sales Western Europe/VIP 3000, Verein Interessensgemeinschaft Pharmabau:

„Im vergangenen Jahr gab es richtig viel Werbung auf den Bühnen, das empfand ich als sehr störend. Wir wollen hier ja keine Marktschreierei veranstalten, sondern seriöse Informationen, Fachbeiträge und Expertenmeinungen austauschen und bieten. In diesem Jahr war es wesentlich besser. Es gab weniger Werbung, Fachthemen wie auch Podiumsdiskussionen standen im Vordergrund. Das ist der richtige Weg. Ich frage mich dennoch, ob das Konzept, so wie es ist, für die einzelnen zahlenden Aussteller in Zukunft aufgehen wird, denn die möchten neben den Fachbeiträgen und dem Expertenaustausch auch Kunden akquirieren. Was Neukundenkontakte aus dem Bereich Pharma und Biotechnologie angeht, gab es an unserem Stand und der Aktionsbühne leider keinen Erfolg zu verzeichnen. Das kann daran liegen, dass die Lounges dieses Jahr verstärkt von Unternehmen aus der Medizintechnik und der Health Branche besucht worden sind. Meine VIP-Kollegen aus dem Reinraumbereich konnten daher einige aussichtsreiche Neukontakte verzeichnen. Insgesamt waren die 24 Vorträge in den VIP-Vortragskabinen aber super besucht und auch die zehn Kurzaktionen auf unserer Aktionsbühne haben großen Anklang gefunden – wie überhaupt unsere neu gestaltete VIP-Aktionsbühne. Tatsache ist, die Lounges sind keine gewöhnliche Messe im klassischen Sinn. Das Ziel ist Networking, im Vordergrund stehen die Vorträge, Fachbeiträge und die Kommunikation mit Experten. Das heißt, man muss selber als Aussteller aktiv werden, ob auf Präsentations-

Lounges 2017 – Veranstalter ziehen positive Bilanz

bühnen oder am Stand. Man muss Podiumsdiskussionen organisieren und eventuell sogar auch kleinere Vorträge beziehungsweise Fachbeiträge an den einzelnen Ständen halten – ohne aber die anderen Aussteller zu stören. Auch bin ich der Meinung, dass zwei Tage Lounges – anstatt drei – ausreichen würden. Der Veranstalter sollte außerdem versuchen, wieder mehr Betriebsingenieure und Betreiber aus dem Bereich Pharma und Biotechnologie für die Messe zu begeistern. Wir als Verband VIP 3000 haben im Vorfeld bereits viele Verbesserungsvorschläge gemacht. Ein Teil wurde umgesetzt, aber es ist noch nicht optimal. Nun werden wir wieder neue Verbesserungsvorschläge von unseren 53 Mitgliedern für den Veranstalter sammeln. Dann hoffen wir, dass diese auch eine positive Resonanz finden und umgesetzt werden.

VIP3000 – mit einem großen Gemeinschaftsstand: Frische Luft für die Branche

Rino Woyczyk, Partner der Drees & Sommer AG und Vize-Präsident des VIP3000

„Wie auch in den vergangenen Jahren hat sich die Lounges als wichtiger und etablierter Branchentreffpunkt erwiesen. Mit dem neuen Messetermin am Jahresanfang gilt sie zudem als eine Art Jahresauftaktveranstaltung für die Branche – Themen anstoßen, die Schwerpunkte für 2017 legen und natürlich Kontakte aufbauen und vertiefen. Im Fokus stand auch für uns das, was die Lounges so besonders macht: Anstelle der Hektik anderer Messen erwartete uns dort wieder eine angenehme Atmosphäre, in der wir viele qualitativ hochwertige Gespräche mit Partnern und potenziellen Kunden führen konnten.“

Wir nutzten außerdem verstärkt die neuen Vortragsmöglichkeiten: Neben den klassischen Themen und Herausforderungen im Reinraumbau beleuchteten wir dieses Mal auch Innovationsfelder wie die Digitalisierung. Wir von Drees & Sommer setzen uns dafür ein, neue Ansätze und Denkweisen voranzutreiben. Damit sorgen wir sozusagen für frische Luft in der Branche. Das zahlt sich aus – bereits auf der Messe kamen viele Interessierte auf uns zu, um sich über unsere Leistungen zu informieren.

Uns liegt es nicht nur daran, uns als Unternehmen zu präsentieren, sondern den Austausch in der Branche insgesamt zu fördern. Nur so können wir übergreifende Innovationen ankurbeln. Durch den gemeinschaftlichen Auftritt von VIP3000 konnten wir fachliche Impulse setzen und uns weiter vernetzen. Auch die Aktionsbühne war ein Volltreffer: Sie informiert und dient ja zugleich dazu, die Stimmung aufzulockern. Dazu war die Resonanz sehr positiv.“



Liebe Reinraum-Tätige und -Interessierte,

die LOUNGES 2017 liegen hinter uns und die Bilanz kann sich sehen lassen: rund 240 Unternehmenspräsentationen und über 8000 Besucher. Es gab wie in jedem Jahr interessante Gespräche, innovative Produkte und interessant gestaltete Stände. Wir hatten in diesem Jahr einen TESLA X mitgebracht und gefühlt jeder Zweite wollte einmal Platz nehmen in dem Fahrzeug mit Flügeltüren.

Wir haben unsere Eindrücke zusammengefasst und einige Aussteller befragt. Wenn Sie hier auf Seite 5 angekommen sind, haben Sie den Bericht vermutlich schon gelesen.

Aber auch auf den folgenden Seiten gibt es interessante Neuigkeiten.


Ihr Reinhold Schuster



PERSONALANZEIGEN

Seite 38



Veranstaltungskalender
Febr. 2017 - März 2017

ab Seite 39

