



all about automation

AUSSTELLER KICK OFF

Ausrichtung 2026 / Termine 2027

Tanja Waglöhner

DARUM GEHT ES:

- ❖ Easyfairs und aaa-Team
- ❖ Ergebnisse Sommerumfragen 2025
- ❖ Schwerpunkte für 2026
- ❖ Termine und Standorte 2027
- ❖ Fragen und Antworten



Entwicklungen bei Easyfairs DACH-IT

Starkes
Wachstum in
der DACH-IT
Region

13 Easyfairs
Marken in
DACH und
Italien



Das Team hinter der aaa

▼ aaa Kernteam – 15 Enthusiastaasts

- Vertrieb → Customer Success
- Marketing → Community Building
- Deutschland / Österreich / Schweiz



▼ Easyfairs DACH-IT Centrals:

- Operations
- Event Coordination
- MIT
- Finance



▼ Partnernetzwerk regional



Das Team hinter der aaa

Unsere Leidenschaft: Messen erfolgreich machen. Welche Werte uns dabei leiten?

- ❖ Wir sind integer und engagieren uns für unsere Community
- ❖ Wir sind kreative Intrapreneure
- ❖ Wir fördern Talente und bringen sie zur Entfaltung
- ❖ Wir haben Spaß
- ❖ Wir tragen Sorge für unseren Planeten



Sommerumfragen 2025

Umfragen Überblick

Umfragen an

- ▼ Besucher
- ▼ Standpersonal
- ▼ Messe-Organisatoren

Ziel

- ▼ Wichtige Themen
- ▼ Zielgruppen
- ▼ Organisatorische Wünsche



Messe-Organisatoren

ERGEBNISSE DER UMFRAGE AN MESSE-ORGANISATOREN

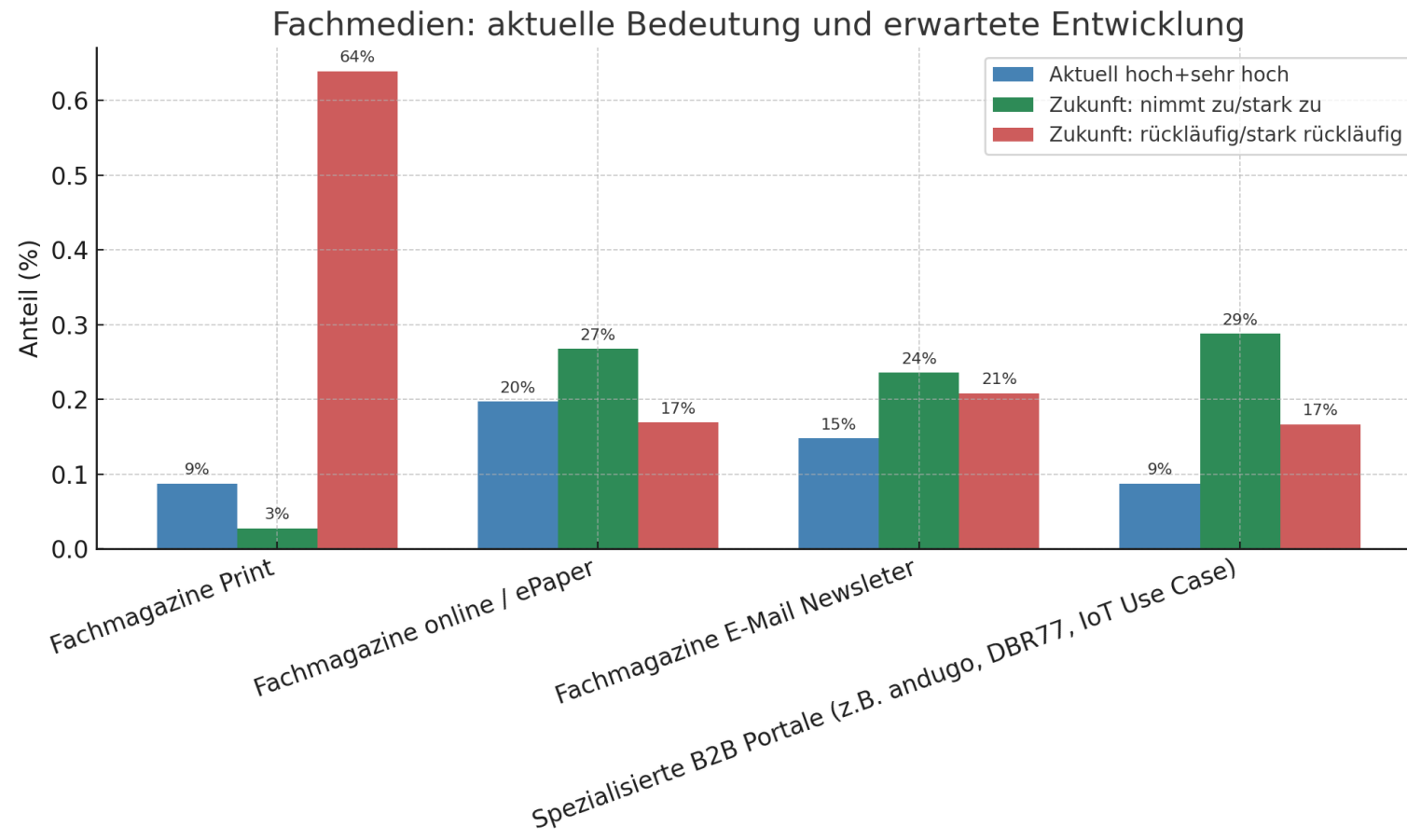
Themenbereich: B2B Marketing

FRAGE:

- ❖ B2B Marketing: Wie wichtig ist für Sie aktuell Werbung für Ihre Produkte / Leistungen auf folgenden Kanälen?
- ❖ Wie sehen Sie die Entwicklung der Bedeutung in den nächsten 2 Jahren?



A. Bedeutung klassische und digitale Fachmedien / Portale



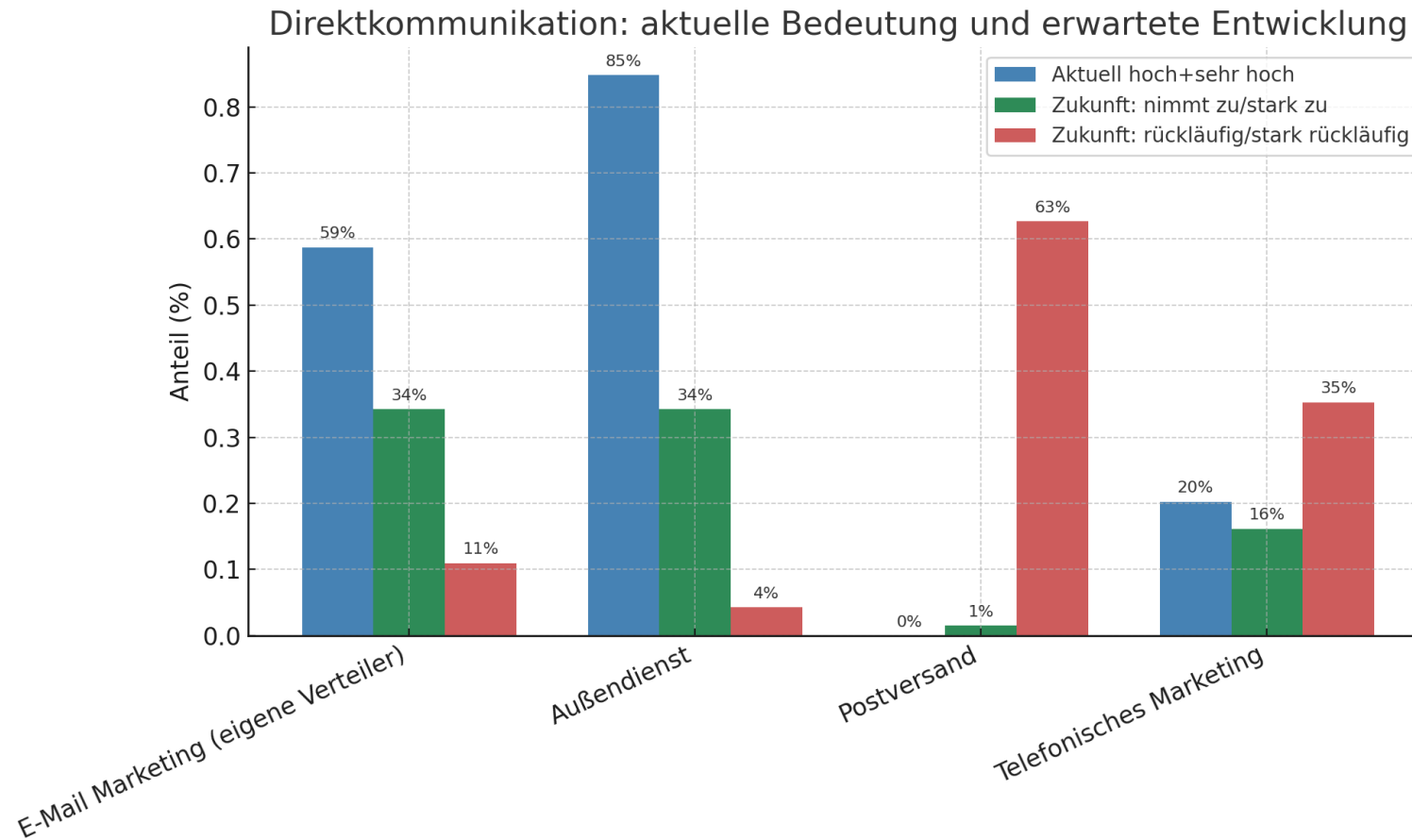
•**Blau** zeigt die aktuelle hohe Relevanz („hoch + sehr hoch“).

•**Grün** zeigt den Anteil der Befragten, die eine Zunahme erwarten.

•**Rot** zeigt den Anteil, die eine Abnahme erwarten.

👉 Die Medienwelt ist digital: Print bereits auf niedrigem Niveau und verliert stark.

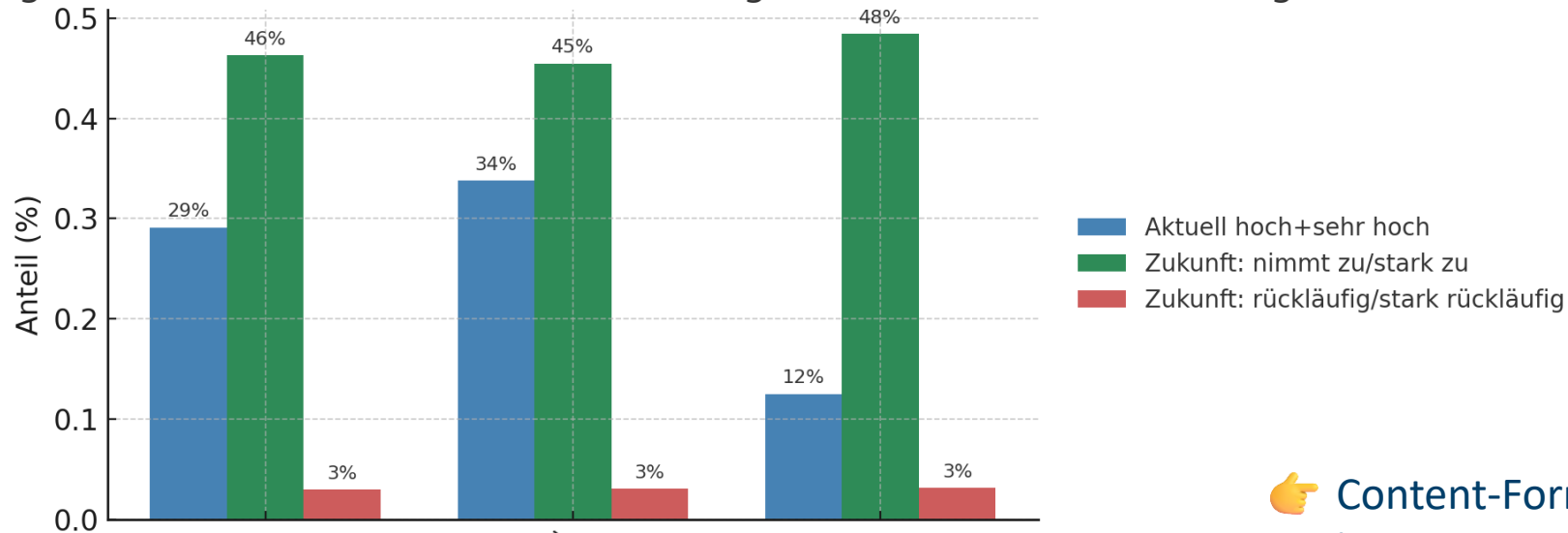
B. Direktkommunikation



👉 Außendienst und E-Mail bleiben Top-Kanäle, Postversand verliert stark.

C. Content-getriebenen Kanäle

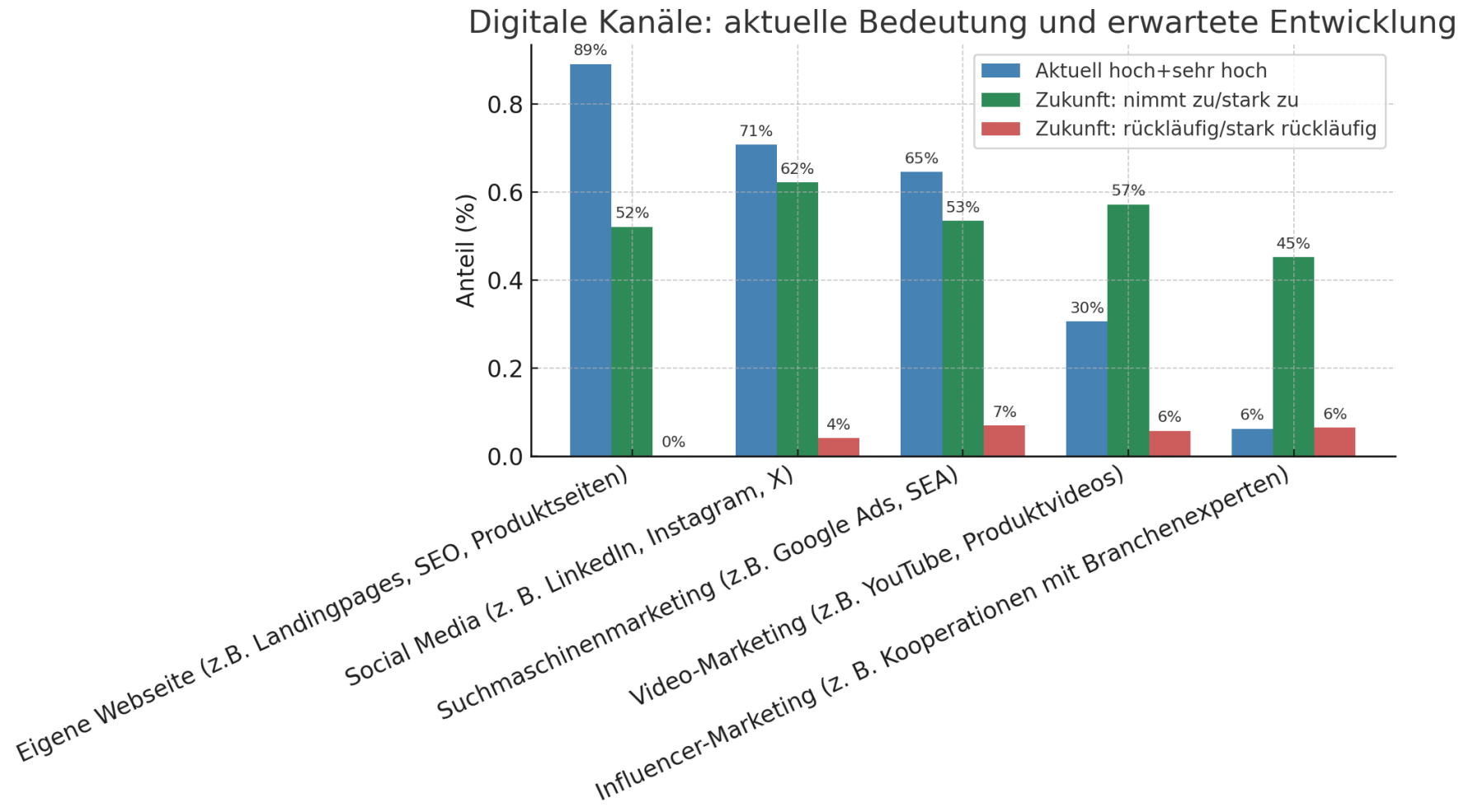
Content-getriebene Kanäle: aktuelle Bedeutung und erwartete Entwicklung



👉 Content-Formate werden stark wachsen

Webinare und Online-Seminare
Content-Marketing (z. B. Whitepapers, Blogartikel, Case Studies)
Podcasts / Audioformate

D. Digitale Reichweiten- und Interaktionskanäle

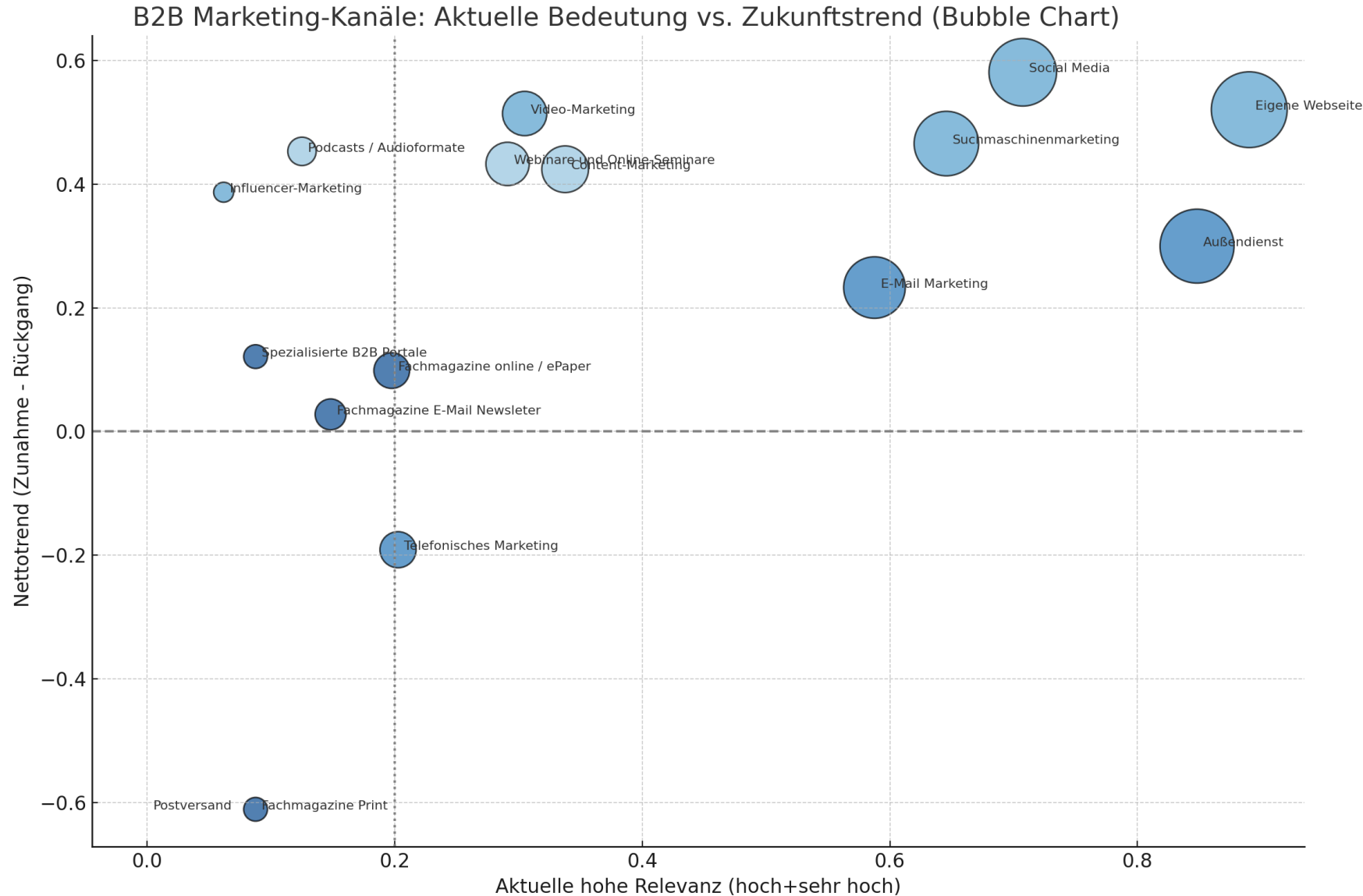


👉 Eigene Webseite, Social Media und SEA sind heute stark und wachsen weiter

-> Linked-In ist der mit Abstand bedeutendste Social Media Kanal, gefolgt von YouTube, Instagram und Facebook

👉 Video Marketing und Influencer gewinnen ebenfalls deutlich dazu.

Erwartete Entwicklung B2B Marketing- Zusammenfassung



Standpersonal

ERGEBNISSE DER UMFRAGE AN STANDPERSONAL

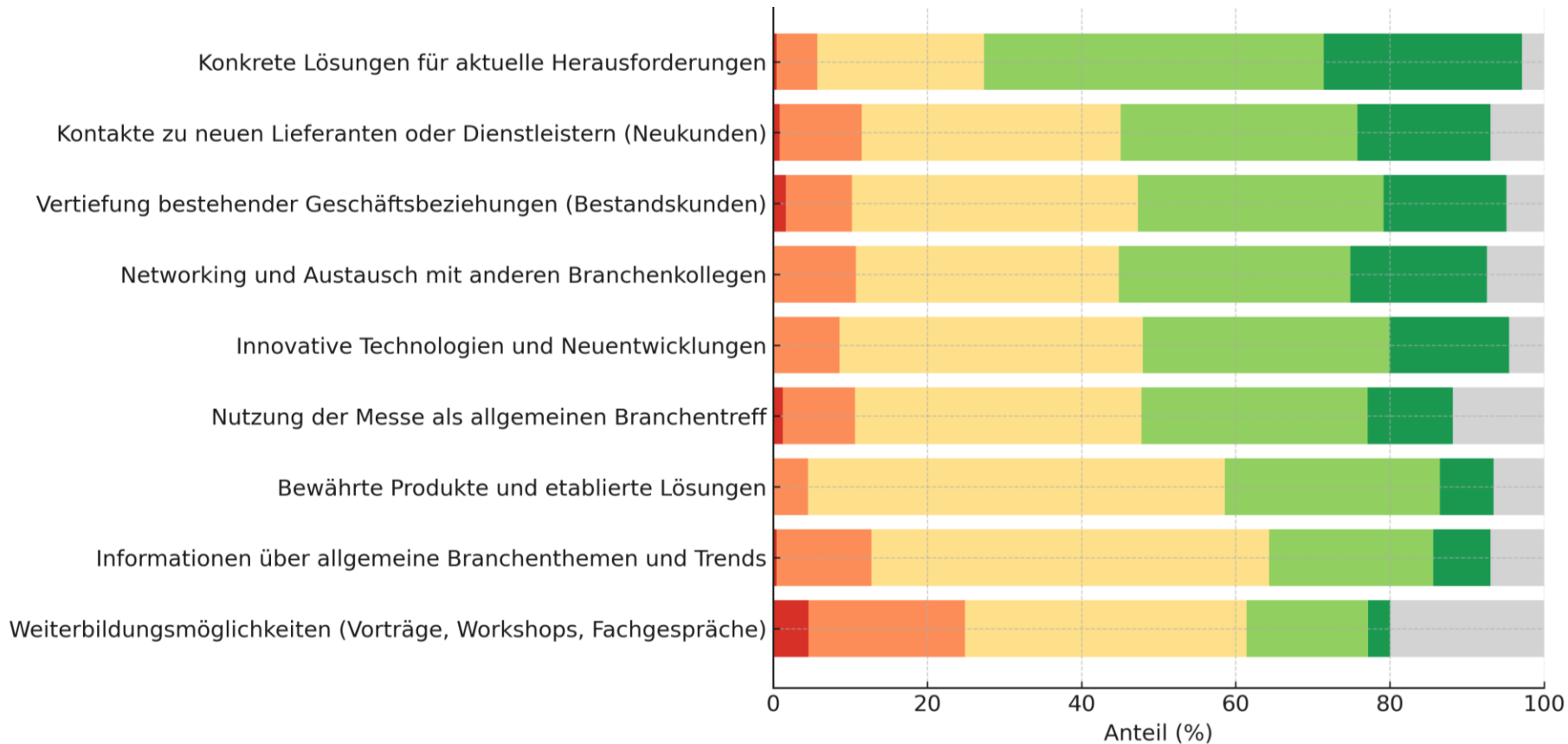
Themenbereich: Hauptmotive der Besucher

FRAGE:

- Wie bewerten Sie das Interesse der all about automation-Besucher an den folgenden Themen im Vergleich zu anderen Fachmessen?



Interessen der all about automation-Besucher im Vergleich zu anderen Fachmessen:



👉 aaa ist die **praxis- und umsetzungsorientierte Lösungsmesse**.

👉 **Neukontakt- und Sourcing-Stärke** sind über dem Durchschnitt.

👉 **Beziehungsarbeit & Austausch** funktionieren überdurchschnittlich gut.

👉 **Innovationsimpulse** werden stärker gesehen als bei anderen Messen.

Das Interesse der all about automation Besucher ist im Vergleich zu anderen Fachmessen ...

■ viel weniger ■ gleich ■ viel mehr
■ weniger ■ mehr ■ kann ich nicht beurteilen

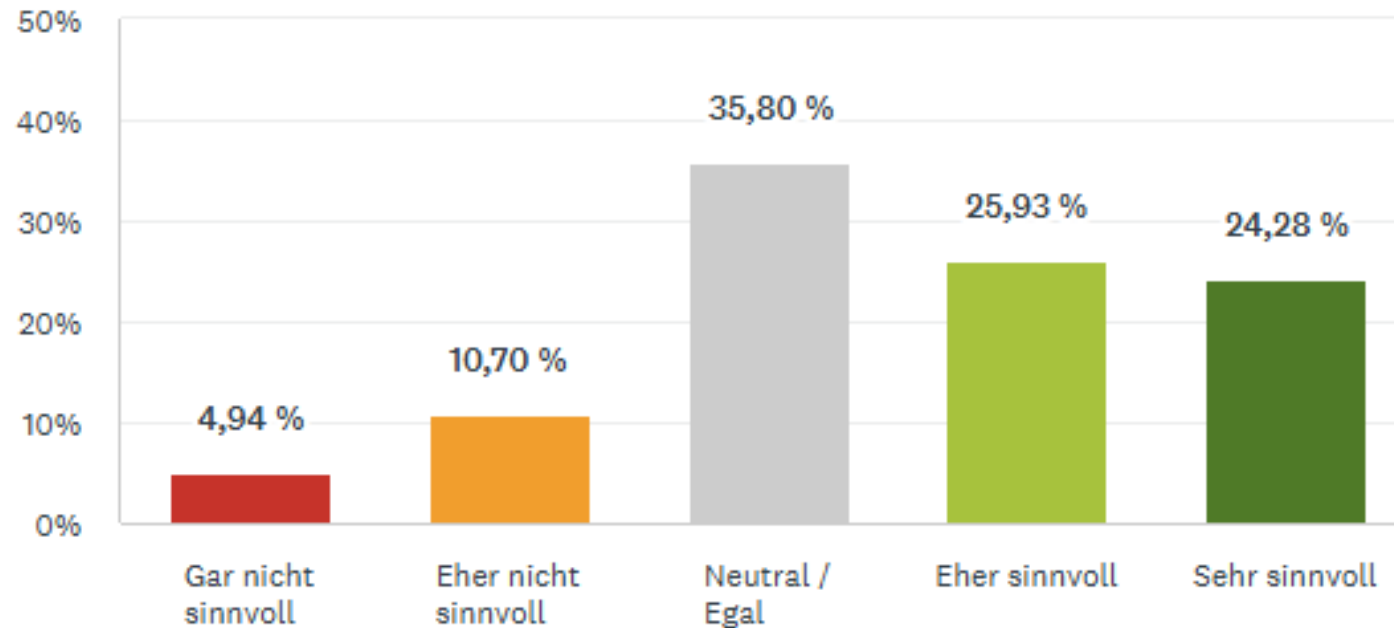
Themenbereich: Organisatorisches

FRAGE:

- Wie bewerten Sie folgende organisatorischen Vorschläge für die all about automation?

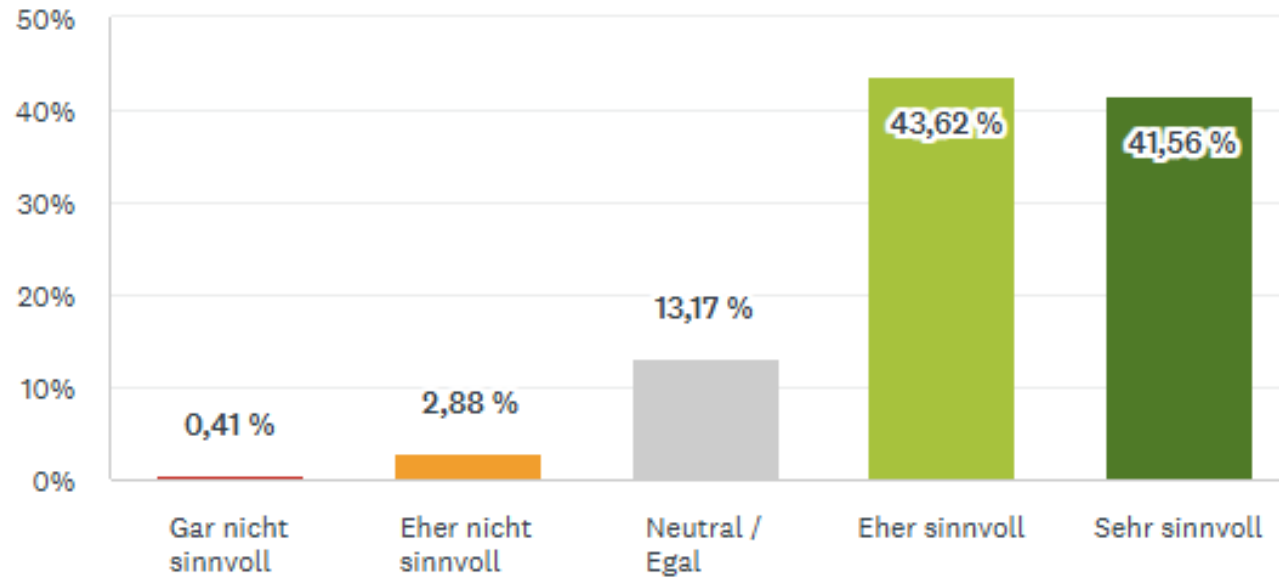


Besucher, die den Ausstellern etwas verkaufen möchten (z. B. Dienstleister, Berater), erhalten keinen kostenfreien Eintritt mehr.



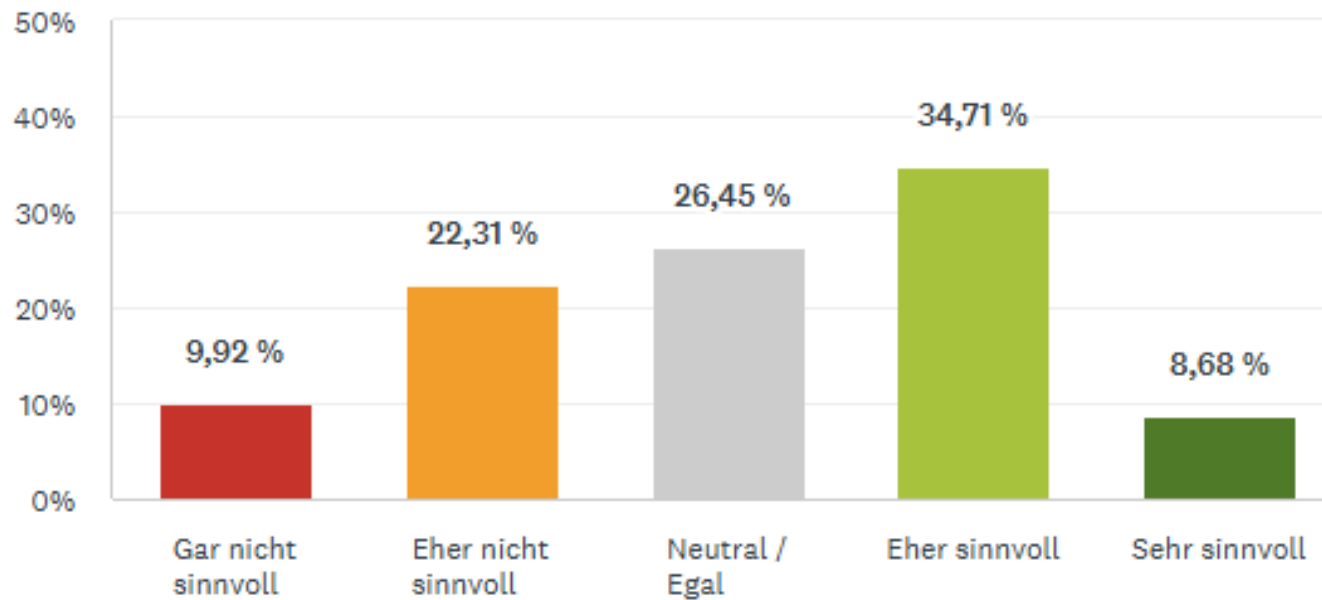
👉 Setzen wir ab den nächsten Messen so weit möglich um

Auf dem Namensschild der Besucher wird neben Unternehmen und Name auch die Funktion gelistet.



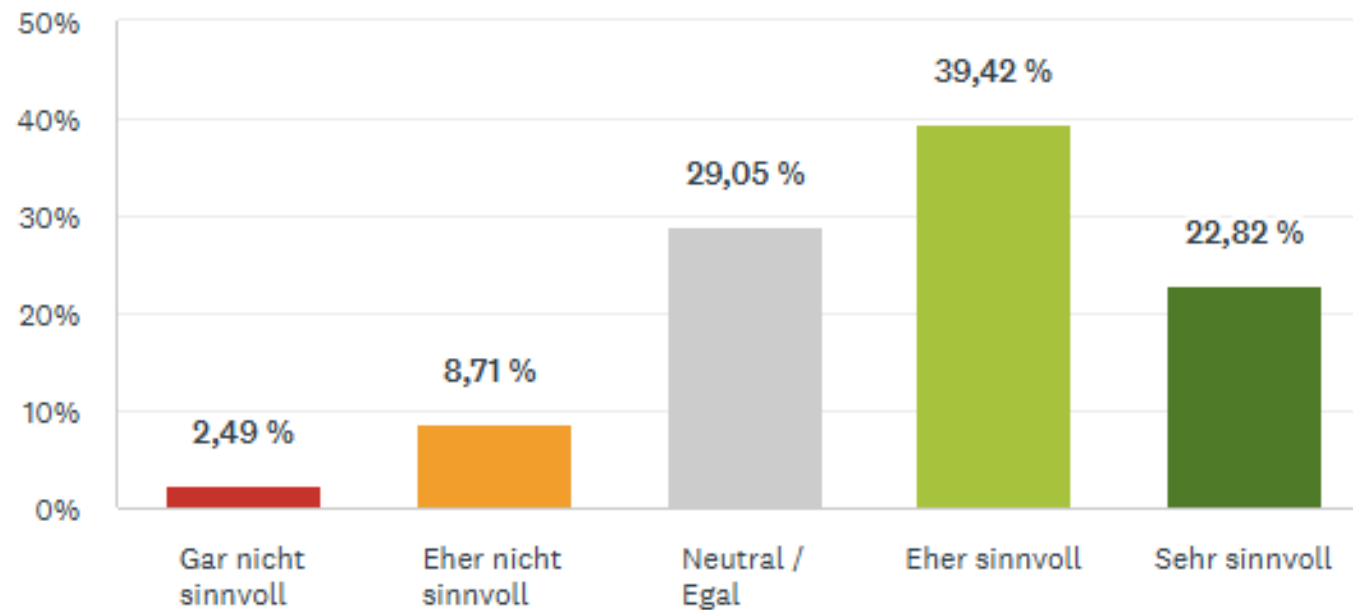
👉 Setzen wir ab den nächsten Messen um

Für das Catering gibt es auch bei Getränken und Snacks Gutscheine. Diese können Aussteller an Besucher ausgeben.



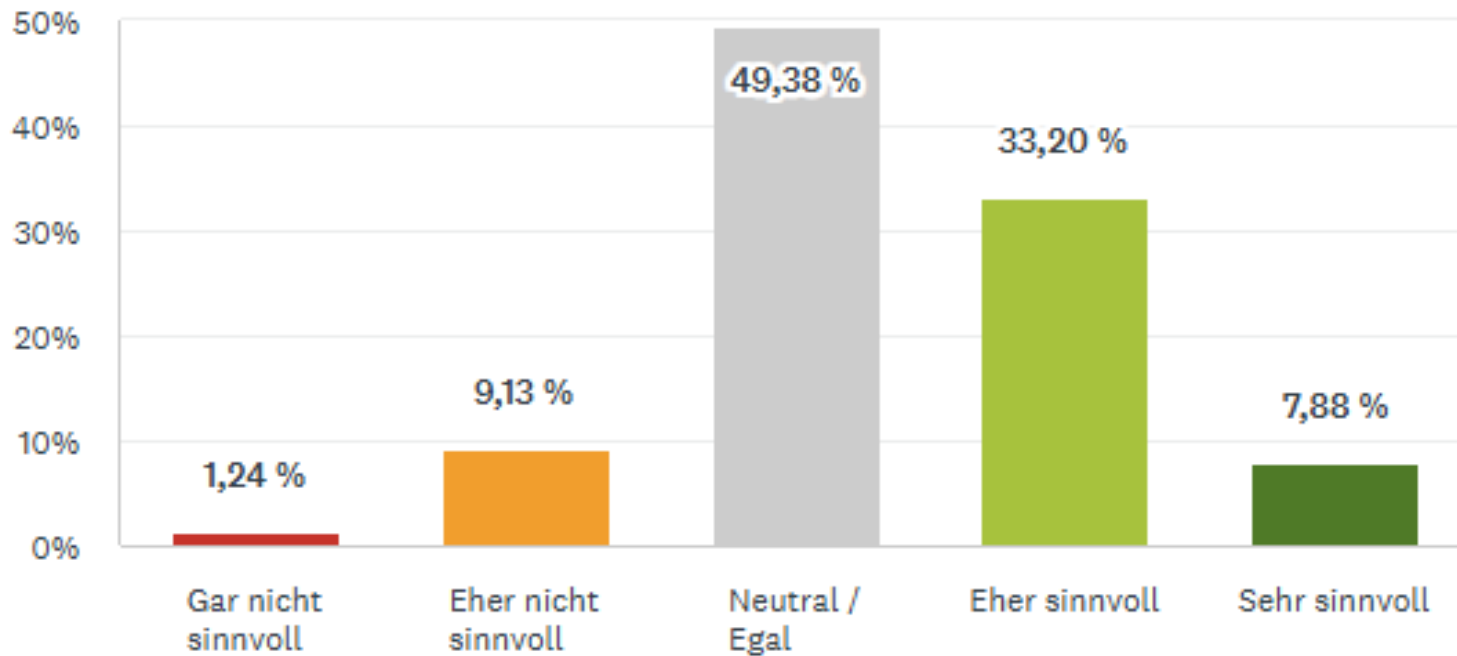
👉 Wir erstellen Konzept, kalkulieren und prüfen.

Am ersten Messetag findet ab 15.30 Uhr für alle Aussteller und Besucher ein lockeres Meet & Great / Feierband-Bier-Treffen in der Halle statt.



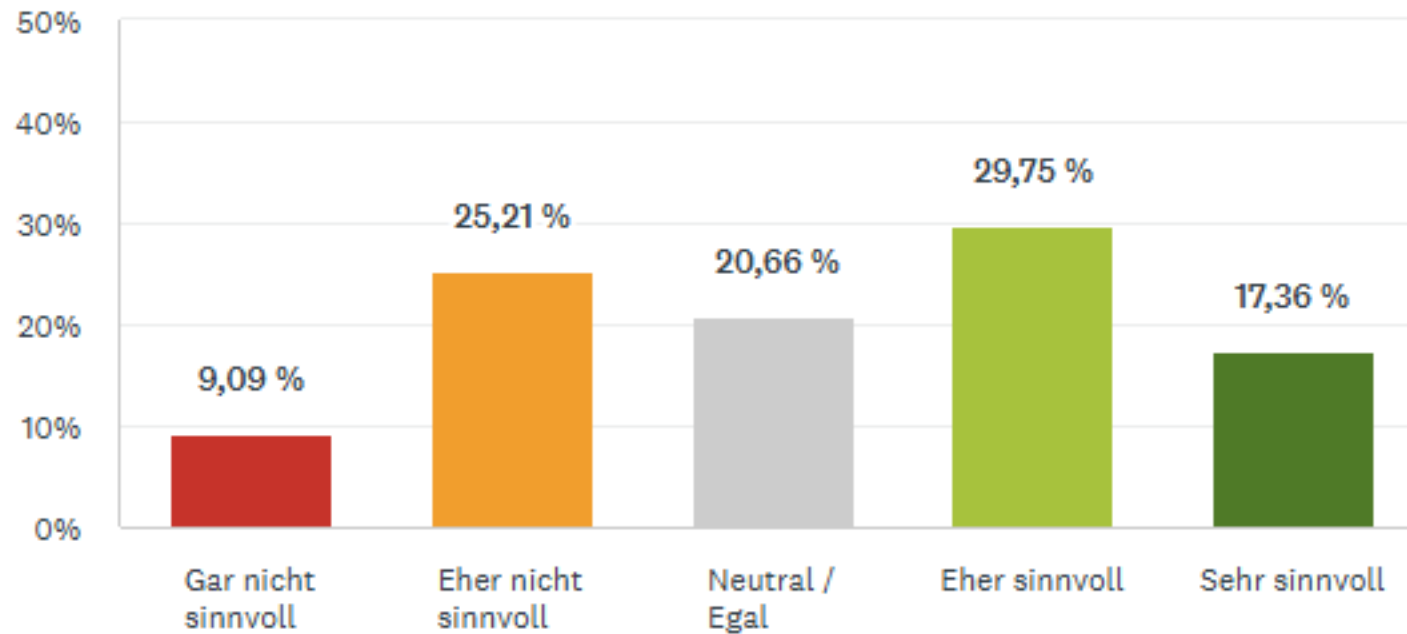
👉 Wir testen dies an einzelnen Standorten

Am Nachmittag gibt es eine Keynote eines hochrangigen Redners auf der Talk Lounge in der Messehalle.



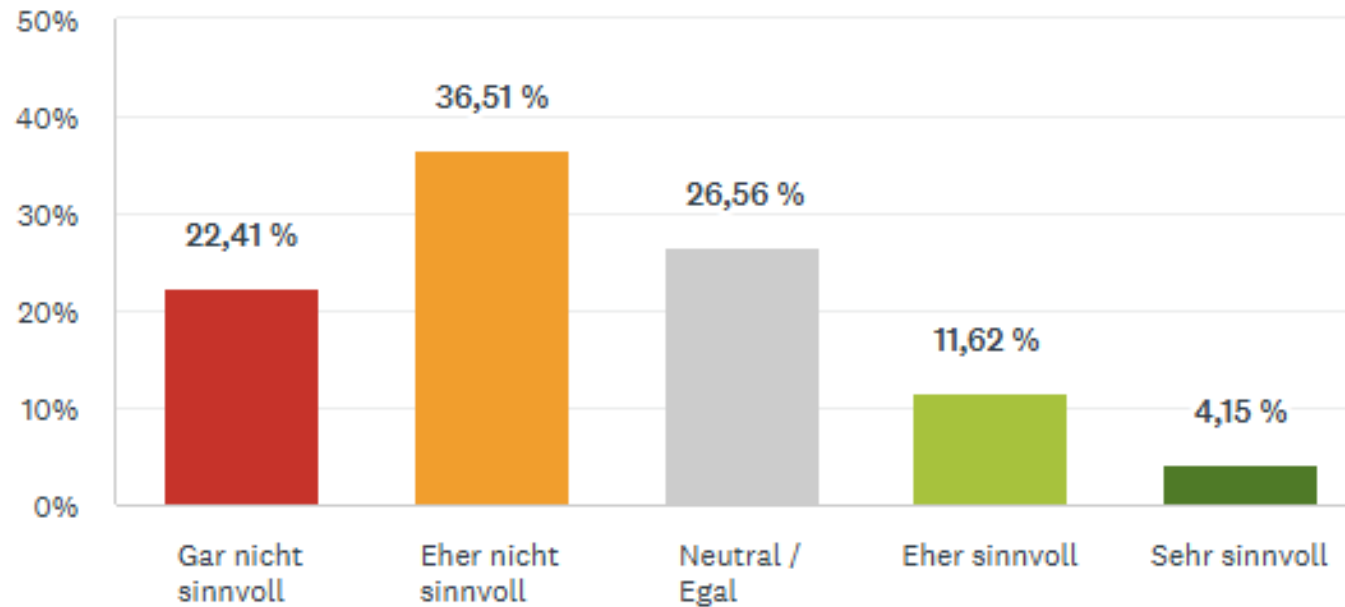
👉 Wir steigen tiefer in Überlegungen ein und testen ggf. an einzelnen Standorten

Die Messeöffnungszeit ist auch am ersten Messetag nur bis 16 Uhr (aktuell 17 Uhr).



👉 Wir bleiben vorerst bei 17 Uhr und versuchen, den Nachmittag zu beleben.

Die Messeöffnungszeit morgens bereits ab 8.30 Uhr (aktuell 9 Uhr).



👉 Wir bleiben bei 9 Uhr und können ausschlafen

Themenbereich: Wirtschaftliche Lage

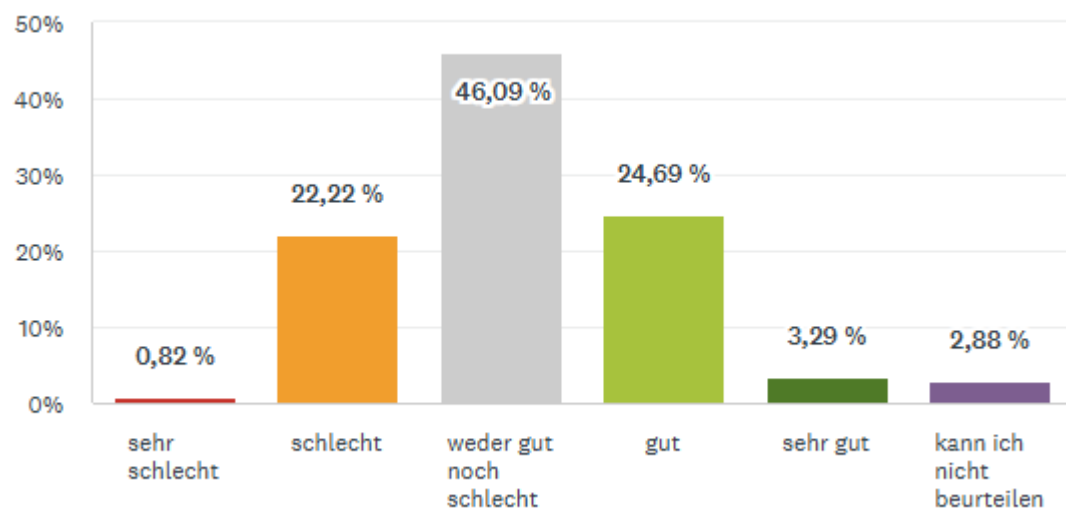
FRAGE:

- ❖ Einschätzung der aktuellen wirtschaftlichen Lage und Entwicklung

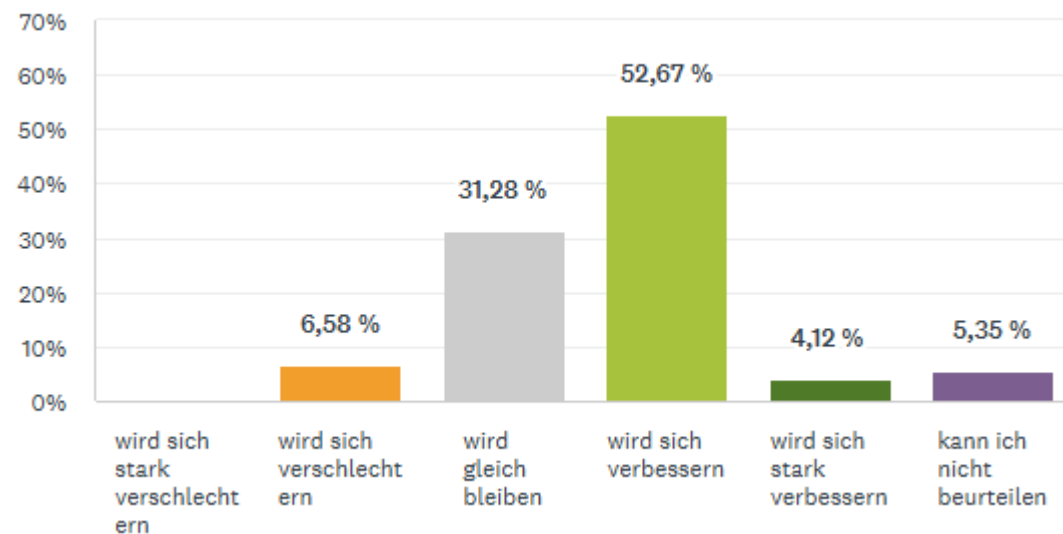


Themenbereich: Wirtschaftliche Lage

Einschätzung der aktuellen wirtschaftlichen Lage des eigenen Unternehmens:



Erwartung der Entwicklung der wirtschaftlichen Lage des eigenen Unternehmens in den nächsten 12 Monaten:



Besucher

ERGEBNISSE DER UMFRAGE AN BESUCHER

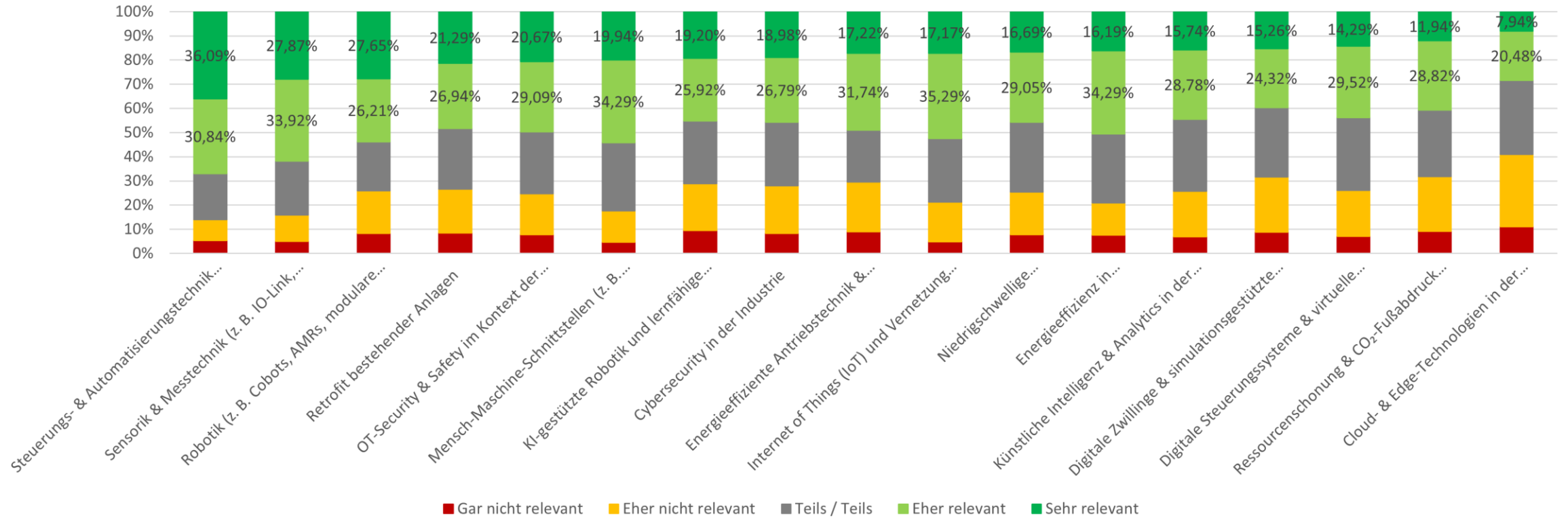
Themenbereich: Relevante Themen

FRAGE:

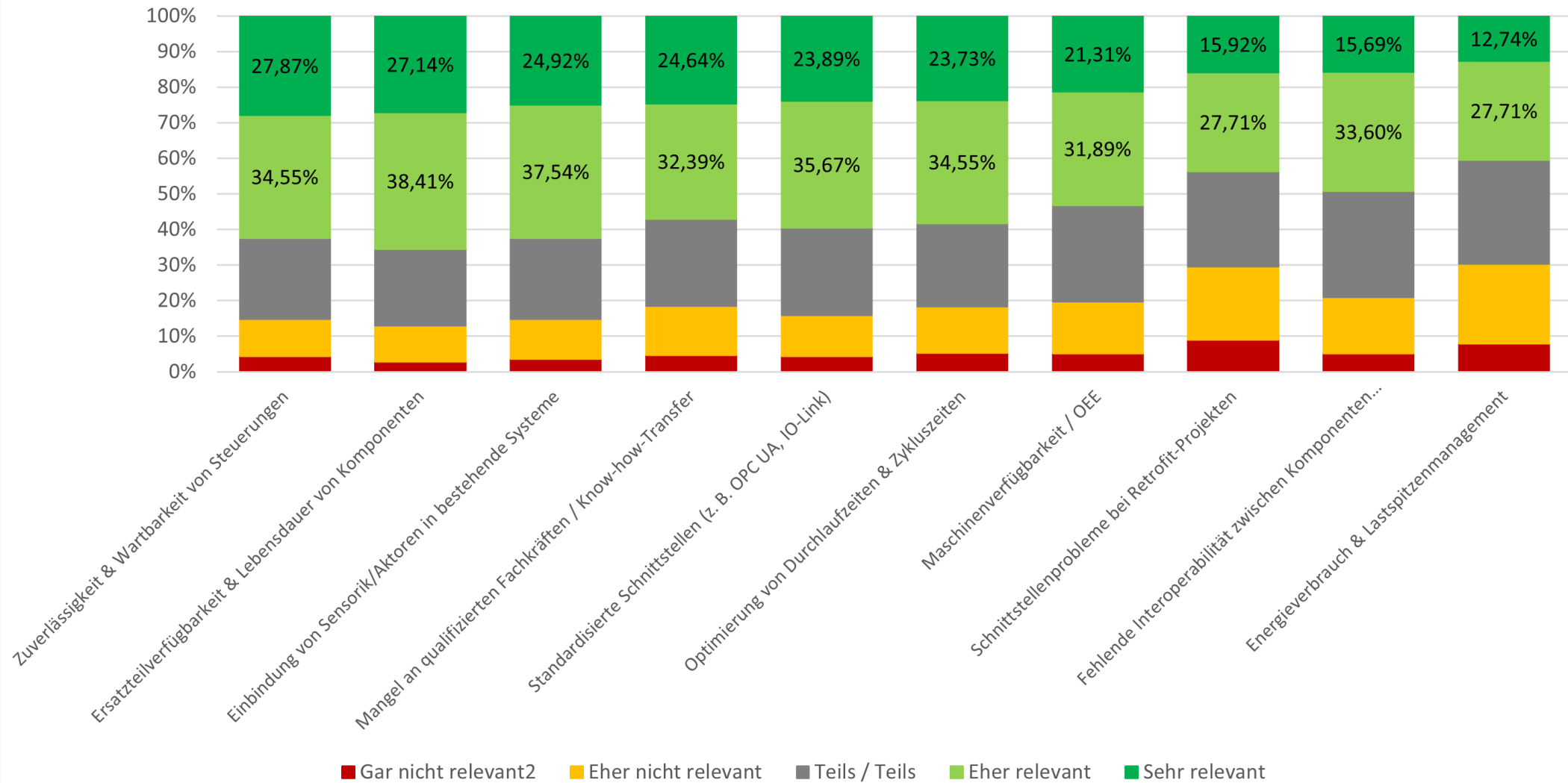
- ❖ Welche Themen sind für Sie besonders relevant?
- ❖ What keeps you awake at night?
Welche Herausforderung bereitet am meisten Kopfzerbrechen.



Welche Themen aus dem Bereich Automatisierung, Digitalisierung und Robotik sind für Sie derzeit besonders relevant?



Welche der nachfolgenden "bewährten" Automatisierungsthemen spielen für Sie im Arbeitsalltag eine große Rolle?



Welche Herausforderung oder welches Problem bereitet den Besuchern aktuell im Bereich Automatisierung am meisten Kopfzerbrechen?

1. Fachkräfte & Know-how

- Mangel an kompetentem Personal / Fachkräftemangel.
- Schwierigkeiten, internes Know-how für Automatisierung aufzubauen.
- Komplexität neuer Technologien überfordert Teile der Belegschaft.

➔ **Eindeutig eines der dominanten Probleme.**

2. Kosten, Investitionen & Wirtschaftliche Lage

- Hohe Investitionskosten für Automatisierung vs. manuelle Tätigkeiten.
- Mangelnde Investitionsbereitschaft in KMU.
- Unsichere weltweite Wirtschaftslage → wenige Projekte, Zurückhaltung bei Budgets.
- Kosten/Nutzen-Abwägung bei Automatisierung.

➔ **Sehr häufig genannt, besonders bei KMUs und Automotive-Zulieferern.**

5. Marktdynamik & Kundenanforderungen

- Stetig wechselnde Anforderungen.
- Steigende Individualisierung / kleinere Losgrößen.
- Lastenhefte werden detaillierter & komplexer.
- Probleme der Automobilindustrie (Umsatzrückgang, Umbruch).

➔ **Herausforderungen durch Marktdruck & Kundenanforderungen.**

3. Technologische Herausforderungen

- Unterschiedliche Softwareplattformen (SPS, Steuerungssysteme).
- Interoperabilität / fehlende Standards.
- Portierung alter Software & Kompatibilität von Steuerungen.
- Roboteranbindung, Sensorik, Simulationstools.
- Integration neuer Technologien (KI, Bildverarbeitung, Cloud, Datenmanagement).

➔ **Technische Komplexität & Schnittstellenprobleme** sind ein Kern-Thema.

4. Regulatorik & Standards

- Neue Maschinenrichtlinie, CE-Themen, Sicherheitsnormen.
- Zertifizierung & Dokumentationspflichten.

➔ **Eher punktuell, aber für einige ein zentrales Hindernis.**

all about automation 2026 + 2027

Ausblick & Termine

TERMINE 2026

▼ Berlin:	28. + 29. Januar	NEU	~ 140 Aussteller
▼ Friedrichshafen:	10. + 11. März		~ 440 Aussteller
▼ Heilbronn:	06. + 07. Mai		~ 210 Aussteller **
▼ Wels (AT)*:	20. + 21. Mai	NEU	~ 220 Aussteller
▼ Hamburg:	02. + 03. Juni		~ 250 Aussteller
▼ Straubing*:	10. + 11. Juni		~ 160 Aussteller **
▼ Zürich (CH)*:	26. + 27. August		~ 210 Aussteller
▼ Chemnitz:	23. - 24. September		~ 240 Aussteller **
▼ Düsseldorf:	14. + 15. Oktober		~ 230 Aussteller

* Immer in geraden Jahren
(Wetzlar in ungeraden Jahren)

** Messegelände voll belegt



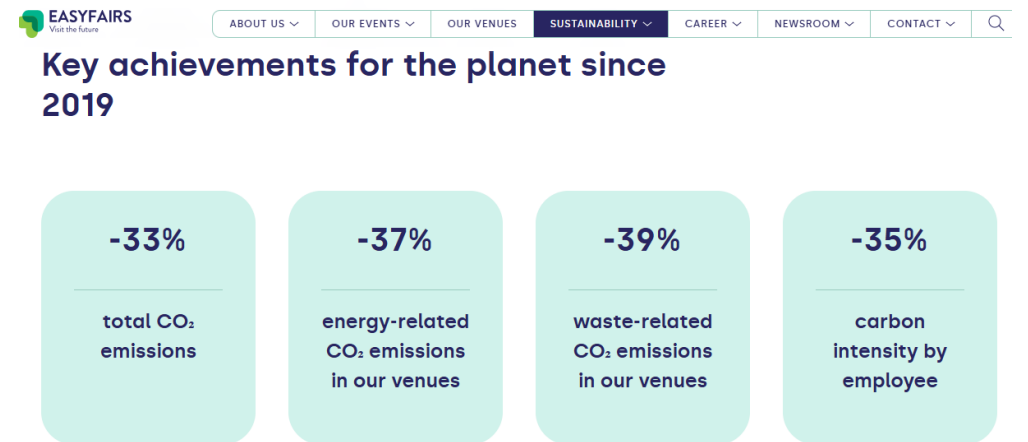
Bewährtes Konzept + neue Aktionen

- ▼ Intensivierte Verbindung mit regionalen Kompetenzpartnern
- ▼ Future Now Hub! an diversen Standorten: Sonderfläche zu zukunftsorientierten Automatisierungsthemen
- ▼ Stärkerer Fokus auf Start-ups
- ▼ Content-Partnerschaften mit Redakteuren, Influencern, Multiplikatoren
- ▼ Content-Formate vor Ort: Führungen, Workshop, Round-Tables
- ▼ Content-Formate digital: Blog, Community-Newsletter & mehr
- ▼ Key-Visitor Aktivierung pro Standort

Ausbau der ESG-Aktivitäten

Für 2026 auf aaa Projektebene geplant:

- ❖ Recycling für Teppichböden und Bedruckungen
- ❖ Testphase:Wiederverwendung Grafiken
- ❖ Weitere Optimierung der Messe-Logistik
- ❖ Ausweis der Vorteile des All-in Systems
- ❖ und vieles mehr...



<https://www.easyfairs.com/sustainability/>

TERMINE 2027

▼ Berlin:	27. + 28. Januar 2027
▼ Friedrichshafen:	02. + 03. März 2027
▼ Wetzlar/Gießen*	21. + 22. April 2027
▼ Heilbronn:	12. + 13. Mai 2027
▼ Hamburg:	01. + 02. Juni 2027
▼ Chemnitz:	15. + 16. September 2027
▼ Graz (AT)*	21. + 22. September 2027 NEU
▼ Düsseldorf:	13. + 14. Oktober 2027

* Immer in geraden Jahren: Wels, Zürich, Straubing
Immer in ungeraden Jahren: Wetzlar und Graz

Änderungen der Terminierung 2027 vorbehalten



▼ Anmeldungen möglich ab Ende November 2025

IHRE FRAGEN



THANK YOU