

m+a

The Global Exhibition Magazine

report

Issue 7
Oct/Nov 2011

**Special feature:
expobusiness congress**

**Kundenorientierung:
weniger Pflicht, mehr Kür**

Study: offering those optional extras

**Fira de Barcelona: mit
Leidenschaft ans Ziel**

Fira de Barcelona: Passion wins

**Nachhaltigkeit:
mit Brief und Siegel**

The seal of sustainability

Leichtbau: gut überdacht

Lightweight construction: under wraps

The slightly different business model

With products that seemed to be in the right place at the right time, Easyfairs has enjoyed steadily increasing success in its first seven years of operation – with more to come.

When Artexis launched organiser Easyfairs back in 2004, following the acquisition of its predecessor Thorex, its trade fair portfolio was attractive but small. Now, with its exemplary success story Easyfairs is not merely delivering additional revenue for the parent company but developing a strong corporate profile of its own. During the years 2008 to 2010 Easyfairs was very cautious given the tough economic climate and divested and stopped around 10 of its weaker shows across the group and replaced them with more attractive ones. It also focussed on growing the size and strength of its existing shows. For the most recent fiscal year, Easyfairs has exceeded its own growth forecasts. As of June 30, 2011, the company reported annual revenue of € 35.7 million for FY 2010–2011, compared with € 27.9 million for 2009–2010, representing an increase of 28%.

"We take these excellent financial results as evidence of the market's enthusi-

astic acceptance of our business model. With bookings already up by more than 15% for the coming year, we are optimistic that we will maintain our steep growth trajectory for 2011–2012 as well," CEO Jean-François Quentin, a founding member of the management team, commented. "Our aim is to reach at least € 50 million in revenue by 2014 through organic growth and acquisition, and we are on the right path to achieve that goal." The company's portfolio is strengthened by the strategic acquisition of select established show brands in targeted regions and industries, such as its most recent addition of the Omexpo and Expo E-Commerce trade fairs to its Iberian IT show portfolio and the acquisition of Fairtec in Belgium. Easyfairs is also discussing a number of targeted acquisitions in the coming months. Recently it announced the launch of another 30 new shows for the current financial year to June 30, 2012.

Quentin explains: "We have the will to continue to grow. And we have a slightly different business model. We offer more opportunities than our competitors because our value proposition is different. We offer accessibility for small and big companies alike through our simple formula: We want buyers to do business. To be able to do this, they need no elaborate stand construction. Easyfairs brings sales-focused trade. Traditional trade shows are

usually longer and cost a lot of money. We are focusing on the customer relationship and the biggest possible impact."

"For the visitor the value proposition is no different from a traditional show," says Julian Kulkarni, chief marketing officer who has also been with the company from the start. "Come and see innovation, is what we offer. We have strong programme content, including keynote speakers, education, value for their time."

Easyfairs also continues to expand its product to anticipate the needs of its customers, bringing to market innovative so-

The company monitors its environment very carefully

lutions such as the Online 365 Pack, a new feature which provides some 10,000 exhibitors a second route to market, complementing the onsite offer. The company devotes enormous effort to the further development of additional (online) services to enable participants and their customers to interact all year round. And it is there that Quentin sees a decisive competitive advantage. But for all its plans, the company monitors its environment very carefully and behaves with the appropriate caution, Quentin insists: "We were prudent in 2008–2009, launched fewer tradeshow than before and reinforced our product line with more than 20 shows. We made two target acquisitions in 2011 and now have more than 15% growth this year. We will again be prudent in view of the current economic climate. But the order intake for 2012 is positive." ja

Easyfairs

- Europe's leading organiser of time- & cost-effective trade shows
- founded in 2004
- member of the Artexis Group
- headquartered in Brussels, Belgium
- international network of offices
- portfolio of 80+ exhibitions (2011)

 <p>Gestatten</p> <p>www.mmm-mietmoebel.de info@mmm-mietmoebel.de</p>	<p>Wir statten Sie aus...</p> <p>DESIGN MÖBEL</p>  <p>münchner mietmöbel Andreas Giel Radeckestrasse 43 81245 München</p> <p>Tel. 089 - 780 195 41 Fax 089 - 780 195 43</p>	<p>Messe</p> <p>Event</p> <p>Kongress</p> <p>Tagung</p> <p>Open Air</p>
--	--	---



Das etwas andere Geschäftsmodell

Mit Produkten, die offenkundig zur rechten Zeit am rechten Ort waren, konnte Easyfairs in den ersten sieben Jahren seines Bestehens einen stetig wachsenden Erfolg verzeichnen – und hat noch mehr zu erwarten.

Als Artexis den Veranstalter Easyfairs 2004 nach dem Kauf seines Vorgängers Thorex gründete, besaß dieser ein feines, aber kleines Portfolio. Heute bietet er mit seiner Erfolgsgeschichte nicht nur ein zusätzliches Einkommen für das Mutterunternehmen, sondern entwickelt ein starkes eigenes Unternehmensprofil. Während der wirtschaftlich schwierigen Jahre

2008 bis 2010 war Easyfairs sehr vorsichtig und sagte ein knappes Dutzend seiner schwächeren Messen ab und ersetzte sie durch erfolgversprechendere. Im vergangenen Geschäftsjahr hat Easyfairs seine eigenen Wachstumsprognosen übertroffen. Mit Ablauf des Geschäftsjahres 2010–2011 zum 30. Juni 2011 meldete das Unternehmen einen Jahresertrag von 35,7 Milli-

onen €. Im vorhergehenden Geschäftsjahr 2009–2010 waren es noch 27,9 Millionen €. Der Zuwachs beträgt somit stolze 28%.

„Wir verstehen dieses hervorragende Finanzergebnis als Beleg für die begeisterte Marktakzeptanz unseres Geschäftsmodells, das in der Messebranche durchweg beliebt ist. Der Buchungsstand für das kommende Jahr weist bereits ein Plus von über 15% auf, weshalb wir optimistisch sind, dass wir unsere starke Wachstumskurve für 2011–2012 fortführen werden“, kommentiert Geschäftsführer und Gründungsmitglied des Managementteams



Jean-François Quentin, Geschäftsführer



Julian Kulkarni, Marketingleiter



Easyfairs bringt verkaufsorientiertes Geschäft.

Jean-François Quentin. „Unser Ziel ist es, bis 2014 einen Ertrag von mindestens 50 Millionen € durch organisches Wachstum und Zukäufe zu erwirtschaften, und wir sind auf dem besten Weg, das zu erreichen.“ Easyfairs Portfolio wird gestärkt durch strategische Zukäufe ausgewählter etablierter Messemarken in gezielt ausgesuchten Regionen und Branchen, so wie der kürzliche Erwerb von Omexpo und Expo E-Commerce zu seinem iberischen IT-Portfolio und von Fairtec in Belgien. Für die kommenden Monate sind weitere Akquisitionen im Gespräch.

Weitere 30 Messen im laufenden Geschäftsjahr wurden angekündigt

Mit Stammsitz in Brüssel und einem internationalen Netzwerk von Niederlassungen veranstaltet Easyfairs derzeit Messen in Belgien, Dänemark, Deutschland, Finnland, Irland, Kolumbien, den Niederlanden, Norwegen, Österreich, Polen, Russland, Schweden, der Schweiz, Spanien und dem Vereinigten Königreich. Vor kurzem hat es die Einführung von weiteren 30 Messen im laufenden Geschäftsjahr bis 30. Juni 2012 angekündigt. Easyfairs deckt mit seinem besonderen Konzept vor allem die technischen und Industriebranchen ab.

Quentin erklärt: „Wir haben den Willen, weiter zu wachsen. Und wir haben ein etwas anderes Geschäftsmodell. Wir bieten mehr Chancen als unser Wettbewerb, weil unser Wertangebot ein anderes ist. Wir bieten sowohl kleinen als auch großen Unternehmen einen Zugang durch unsere einfache Formel: Wir wollen, dass Einkäufer Geschäfte machen. Um das zu er-

Easyfairs

- Europas führender Veranstalter von zeit- und kosteneffizienten Fachmessen
- 2004 gegründet
- Mitglied der Artaxis-Gruppe
- Stammsitz in Brüssel
- internationales Netzwerk von Niederlassungen
- Portfolio von 80+ Messen (2011)

reichen, brauchen sie keine aufwendige Standarchitektur. Easyfairs bringt verkaufsorientiertes Geschäft. Traditionelle Messen dauern üblicherweise länger und kosten eine Menge Geld. Wir konzentrieren uns auf die Kundenbeziehung und die größte mögliche Auswirkung.“

„Für den Besucher ist das Wertangebot nicht anders als bei einer traditionellen Messe“, sagt Julian Kulkarni, Marketingleiter und ebenfalls praktisch von Anfang an dabei. „Komm und sieh Innovation, lautet unser Angebot. Wir haben ein starkes inhaltliches Programm inklusive prominenter Redner, Weiterbildung, einen Gegenwert für die investierte Zeit.“

Easyfairs erweitert außerdem sein Angebot, um die Bedürfnisse seiner Kunden vorwegzunehmen. Hierzu bringt es innovative Lösungen auf den Markt wie das Online 365 Pack, ein neues Feature, das zigtausenden von Ausstellern zusätzlich zum Messeauftritt einen Zugang zum Markt ermöglicht. Online 365 Pack bietet allen Easyfairs-Kunden eine ganzjährige Internetpräsenz gegenüber einem hochqualifizierten Besucherpublikum und er-

Große Anstrengungen werden in die Online-Entwicklung gesteckt

möglicht Einkäufern und Messebesuchern die Suche nach ausgestellten Produkten durch alle Branchen und Länder.

Das Unternehmen steckt große Anstrengungen in die weitere Entwicklung zusätzlicher (Online-)Dienste, um den Teilnehmern und deren Kunden einen ganzjährigen Austausch zu ermöglichen. Und darin sieht Quentin auch einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil. Trotz aller Pläne beobachtet das Unternehmen sein Umfeld genau und verhält sich entsprechend umsichtig, so der CEO: „Wir waren 2008–2009 vorsichtig, führten weniger neue Messen ein als zuvor und sicherten unsere Produktlinie mit über 20 Messen ab. 2011 tätigten wir zwei Zukäufe und haben jetzt über 15 % Wachstum in diesem Jahr. Wir werden wegen des aktuellen wirtschaftlichen Klimas wieder vorsichtig sein, aber 2012 sieht bereits positiv aus.“ ja

[Und darauf sitzt der kluge Kopf] *



www.kiefer-mietmoebel.de

* Denn in unserem rund 900 Möbel und Zubehör umfassenden Sortiment finden Sie garantiert das Richtige für die Ausstattung Ihres Events. Mietbar auch online und in Echtzeit. Probieren Sie es aus.

