

ACHEMA2022

GET READY FOR THE UNEXPECTED

Get ready for ACHEMA 2022

Tipps zur erfolgreichen
ACHEMA-Teilnahme



4. – 8. April 2022
Frankfurt am Main
www.achema.de

1

Messeziele definieren

Seite 4

2

Budget kalkulieren

Seite 6

3

Anmelden

Seite 8

4

Standplanung

Seite 10

6

Besucher- Einladung

Seite 14

7

Standpersonal & Messebetrieb

Seite 16

Tipps zur erfolgreichen ACHEMA- Teilnahme

5

Werbung, PR & Öffentlich- keitsarbeit

Seite 12

8

Nach- bereitung

Seite 18

+

Checkliste

Seite 20

Sie stellen zum ersten Mal auf der ACHEMA aus? Es ist vielleicht sogar Ihre allererste Messepräsenz überhaupt? Schritt für Schritt möchten wir Sie bei der Vorbereitung für eine erfolgreiche ACHEMA-Teilnahme unterstützen.

Messeziele definieren

Definieren Sie Ihre Messeziele als ersten wichtigen Schritt für den Erfolg Ihrer ACHEMA-Präsenz. Denn davon hängt die gesamte weitere Planung Ihres Messeauftritts ab.

Häufige Messeziele sind:

- » **Kontaktziele:** Stammkundenpflege, Neukundengewinnung
- » **Informationsziele:** Wettbewerbsbeobachtung, Benchmarking, Gewinnung neuer Kooperationspartner
- » **Kommunikationsziele:** Steigerung der Bekanntheit, Imageverbesserung, Einsicht in Kundenverhalten
- » **Vertriebsziele:** Vertragsabschlüsse, Aufbau neuer Vertriebswege, Erschließung neuer Märkte
- » **Produktziele:** Produktinnovation präsentieren, Ausweitung des Sortiments

Wichtig!

- » **Definieren Sie Ihre Messeziele, indem Sie sich an Ihren Unternehmens- und Marketingzielsetzungen orientieren.**
 - » **Beziehen Sie frühzeitig – je früher, desto besser – alle Bereiche Ihres Unternehmens, die direkt in den Messeauftritt involviert sind, in die Planung mit ein.**
 - » **Erarbeiten Sie Ihre Messeziele gemeinsam und kommunizieren Sie sie an alle internen und externen Akteure – am besten in schriftlicher Dokumentation.**
 - » **Setzen Sie sich realistische Ziele, die konkret messbar sind und legen Sie fest, wie diese zu erreichen sind.**
-



Kennzeichnungs- und Markierungslösungen
für die Lebensmittelindustrie
Coding and Marking Solutions
for the Food Industry

Budget kalkulieren

Eine realistische Kostenkalkulation ist die solide finanzielle Basis Ihrer Messebeteiligung. Verschaffen Sie sich einen ersten Kostenüberblick mit unserem **Messerechner** auf **www.achema.de** unter Aussteller und identifizieren Sie in fünf einfachen Schritten das Nutzenpotenzial Ihres Messeauftritts und die damit verbundenen Kosten.

Wesentliche Kostenpositionen Ihrer Messebeteiligung sind:

- » Standmiete und Betriebskosten (Strom, Wasser, Entsorgung, Transport etc.)
- » Standbau / -ausstattung
- » Standservice und Kommunikation
- » Personal und Reisen
- » Sonstige Kosten

Wichtig!

- » **Planen Sie Ihr Budget frühzeitig.**
 - » **Bedenken Sie alle Positionen.**
 - » **Kalkulieren Sie Ihr Budget anhand von Fakten, nicht mit groben Einschätzungen.**
 - » **Sichern Sie durch regelmäßige Abstimmung mit allen Akteuren die Einhaltung Ihres Budgets.**
 - » **Überprüfen Sie in der Nachkalkulation, ob Sie das Budget auch eingehalten haben.**
-

Get ready for ACHEMA 2022:

Gestaffelte Standmieten-Angebote für jedes Budget

STANDART	PREIS
Reihenstände für alle Stände entlang der Hallenwände und für Reihenstände (nur eine offene Seite) an den Außengängen der Hallen.	€ 341,00/m ²
zentrale Reihenstände + 20% Zuschlag für Stände mit nur einer offenen Seite in den Hallen	€ 409,20/m ²
Inselstände/Eckstände + 40% Zuschlag für alle nicht an den Hallenwänden liegenden Stände mit mindestens zwei offenen Seiten	€ 477,40/m ²
Obergeschoss-Flächen bei Ausstellungsständen mit zweigeschossigem Standbau, zusätzlich zur Standmiete der Grundfläche einschließlich des gültigen Zuschlags (zuzüglich aller Zusatzkosten: s. Technische Richtlinien)	€ 135,00/m ²
Freigelände für alle Stände im Freigelände	€ 135,00/m ²
Sondertarif für junge Unternehmen (maximal sechs Jahre) oder universitäre Einrichtungen	€ 216,00/m ²
Mitaussteller-Teilnahmegebühr Gebühr für zusätzlich auf Ständen vertretene Unternehmen	€ 975,00

Preise jeweils zzgl. gesetzl. USt

Maßgeblich für die Berechnung ist die Lage und Beschaffenheit des endgültig zugeteilten Standes. Nebenkosten und Standbau sind nicht in der Standmiete enthalten. Die Mindeststandgröße beträgt 12 m².



Weitere Informationen zur ACHEMA 2022 inklusive Standmiete finden Sie in den Anmeldeunterlagen oder sprechen Sie uns gerne direkt an:

Tel. +49 69 7564-700

E-Mail: achema@dechema.de

3 Anmelden

Werden Sie jetzt Aussteller auf der ACHEMA 2022, um Ihre Marktposition weiter auszubauen. Die Weltleitmesse bringt als führende Handelsplattform mit investitionsstarken Entscheidern Anwender, Experten und Interessenten aus der ganzen Welt und aus allen Bereichen der modernen Prozessindustrie zusammen.

Wichtig!

- » **Melden Sie sich frühzeitig an und sichern Sie sich Ihren Platz, um sich mit Ihrem Unternehmen, Produkten, Leistungen und Services optimal präsentieren zu können!**
 - » **Stellen Sie sich bei der Anmeldung folgende Fragen:**
 - » **In welche der 12 Ausstellungsgruppen passe ich mit meinen Produkten oder Leistungen am besten?**
 - » **Soll sich mein Stand in angrenzender Nähe zum direkten Wettbewerb befinden?**
 - » **Welche Exponate möchte ich ausstellen? Wie groß und schwer sind diese? Welche Standgröße ist ausreichend?**
 - » **Habe ich meine Standwünsche so detailliert wie möglich auf der Anmeldung angegeben?**
-

STANDGRÖSSE IN m²	BESUCHER- PAUSCHALE IN €
Mitaussteller	80,00
12	200,00
bis 20	330,00
bis 30	480,00
bis 50	720,00
bis 70	990,00
bis 100	1.400,00
bis 150	1.900,00
bis 200	2.600,00
bis 500	4.200,00
über 500	6.500,00

Get ready for AACHEMA 2022:

- » Melden Sie sich **online** an. So haben Sie als Neuaussteller die Sicherheit nichts zu vergessen. Natürlich haben Sie auch die Möglichkeit, das Anmeldeformular auszufüllen und dann per E-Mail an **rental@dechema.de**, per Post an die **DECHEMA Ausstellungs-GmbH, Postfach 17 01 25, 60075 Frankfurt am Main** oder **per Fax an +49 69 7564 - 298** zu schicken.
- » Mit der Anmeldung verpflichtet sich der Aussteller zur Zahlung der Standmiete in drei Teilbeträgen. **Unmittelbar nach der Anmeldung**, wird der **erste Teilbetrag** fällig in Höhe von
 - » **€ 85,00/m² für angemeldete Hallenfläche**
 - » **€ 34,00/m² für angemeldete Freigeländefläche**
 - » **€ 54,00/m² für angemeldete Fläche zum Sondertarif**
- » Nach der Standvergabe wird der verbleibende Restbetrag in zwei weiteren Teilbeträgen in Rechnung gestellt. Dieser Restbetrag ergibt sich aus der tatsächlich vermieteten Fläche einschließlich des zutreffenden Zuschlags abzüglich des ersten Teilbetrags.
- » Zum **15. September 2021** wird der **zweite Teilbetrag** in Höhe von 65 % des Restbetrags sowie die **Besucherpauschale** fällig. Jeder Aussteller erhält Zugang zu beliebig vielen **Tages-Gastkarten**, wofür eine nach Standgröße gestaffelte obligatorische Pauschale zu entrichten ist.
- » Zum **31. Januar 2022** wird der **dritte Teilbetrag** in Höhe von 35 % des Restbetrags und die **Medienpauschale** in Höhe von **€ 355,00 für Hauptaussteller** oder **€ 180,00 für jeden Mitaussteller** fällig.

Weitere Informationen zur AACHEMA 2022 inklusive Preise finden Sie in den Anmeldeunterlagen.



**Haben Sie Fragen zu Standanmeldung
und -zuteilung?**

Tel. +49 69 7564-700

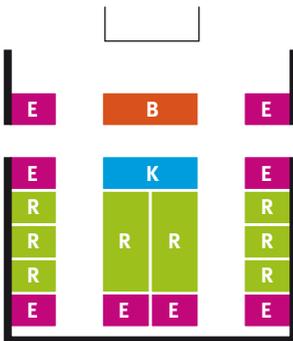
E-Mail: rental@dechema.de

4

Standplanung

Ihr Messestand repräsentiert Ihr Unternehmen, richtet sich im Optimalfall an Ihren definierten Messezielen aus und zieht Besucher an.

Standarten



R Reihenstand
E Eckstand
K Kopfstand
B Blockstand

Was macht ein gutes Standkonzept aus?

- » Jeder Stand – ob groß oder klein – gliedert sich in drei Funktionsbereiche, die die Gesamtgröße des Stands bestimmen:
 - » Die Präsentationsfläche – planen Sie genügend Platz für Ihre Exponate und Präsentationsmedien ein.
 - » Besprechungsbereiche – Messen sind der Ort für persönliche Gespräche. Schaffen Sie deshalb Bereiche, die Gespräche in angenehmer Atmosphäre erlauben.
 - » Stauräume – planen Sie Platz zur Lagerung von Prospekten, Werbegeschenken, für eine Garderobe und das Catering ein.
- » Achten Sie auf eine klare Abgrenzung zwischen Kommunikations- und Präsentationsbereichen.

- » Ihre Infotheke sollte als erste Anlaufstelle ins Auge fallen, vermeiden Sie es dahingehend Ihren Stand „zuzustellen“.
- » Je nach Abgrenzung zu den Nachbarständen und Öffnung zu den Gängen ergeben sich verschiedene Standarten: Reihenstand, Eckstand, Kopfstand, Blockstand und Freigelandestand.

Planung des Messestandes konkretisieren:

Anhand Ihrer Messeziele, der Exponatliste, des Platzbedarfs und Ihres Etats wird schließlich die Planung Ihres Standes konkretisiert. Dazu sind folgende Entscheidungen zu treffen:

- » Miete, Leasing oder Kauf eines Standes
- » Standbauweise – offen, teilweise offen oder geschlossen
- » Eigenbau oder Auftragserteilung

Get ready for AICHEMA 2022:

- » Die Gesamtgestaltung des **Ausstellungsgeländes** erfolgt durch die DECHEMA.
- » Die Gestaltung der einzelnen Ausstellungsstände liegt in der Verantwortung der Aussteller. Es gelten die **technischen Richtlinien**, die geltenden Gesetze, Sicherheitsvorschriften und behördlichen Bestimmungen bei der Gestaltung und beim Aufbau.
- » **Ab Herbst 2021** finden Sie in unserem **Ausstellerportal** diverse **Standbauoptionen** – vom All-Inclusive-Paket bis hin zu individuellen Varianten.



Gerne unterstützen wir Sie bei allen Fragen rund um den Standbau und die technische Ausstattung.

Tel. +49 69 7564-701

E-Mail: technicalservices@dechema.de

Werbung, PR & Öffentlichkeitsarbeit

Werbung, PR und Öffentlichkeitsarbeit sind wichtiger Bestandteil Ihrer Messebeteiligung. Schließlich steht und fällt der Messeerfolg mit den Standbesuchern und die kommen meist nicht von alleine.

Kommunikations- und Werbemöglichkeiten:

- » Binden Sie Informationen zu Ihrem Messeauftritt mit hoher Wiedererkennbarkeit in Ihre bestehende Kommunikation ein, z. B. bei der E-Mail-Signatur oder auf Ihrer Homepage.
- » Werben Sie crossmedial u. a. mit Anzeigen in der Fach- und Tagespresse oder mit Außenwerbung direkt auf dem Messegelände, online über Ihre Social Media Kanäle oder eigens konzipierte Landingpages.
- » Nutzen Sie die Kommunikationswege des Veranstalters, wie den Katalogeintrag oder Bannerschaltungen auf der Homepage, da dies wichtige Informationsmedien für Besucher sind.
- » Pressearbeit ist ein effektives und kostengünstiges Mittel, um die Öffentlichkeit auf Ihre Messepräsenz aufmerk-

sam zu machen. Ihr Vorteil liegt in der Seriosität redaktioneller Berichterstattung. Damit hat sie eine andere Wirkkraft als bezahlte Werbung.

Darauf sollten Sie bei der Pressearbeit achten:

- » Ihre Presseinformationen sollten eine sachliche Darstellung der Neuheiten und Innovationen enthalten und keinesfalls werbliche Euphorie oder überzogene Superlative wiedergeben.
- » Bereiten Sie (elektronische) Pressemappen vor, die Sie am Stand sowie im Pressezentrum auslegen und Redaktionen, die nicht am Stand waren, im Nachgang zuschicken können.
- » Laden Sie Pressevertreter zum Gespräch am Stand ein, um Ihnen Ihre Innovationen live vorzuführen und in einem Interview zu präsentieren.

Get ready for ACHEMA 2022:

Mit der **Medienpauschale** erhält jeder Aussteller einen aussagefähigen Eintrag in den **ACHEMA Publikationen**. Dieser umfasst:

- » Firmenname, Kontaktdaten und Kurzprofil Ihres Unternehmens (je 200 Zeichen Deutsch/Englisch) in Katalog, ACHEMA online und ACHEMA App
- » Ihr Firmenlogo in Katalog und ACHEMA online
- » einen ausführlichen Produkteintrag in ACHEMA online (500 Zeichen Englisch plus 1 Abbildung)
- » die Schaltung eines Hyperlinks zu Ihrer Firmenhomepage
- » die Eintragung unter bis zu 5 Suchwörtern in ACHEMA online, ACHEMA App sowie im Besucherinformationssystem der ACHEMA 2022, um vor Ort und in der Aussteller- und Produktsuche, besser gefunden zu werden
- » Ausstellungsgruppe in ACHEMA online und ACHEMA App

Online Werbemöglichkeiten:

- » Es können Banner unterschiedlicher Größe und Platzierung auf der **ACHEMA-Homepage** geschaltet werden.
- » Ihr Firmenlogo und ausführliche Produktpräsentationen können außerdem auf der **ACHEMA-App** gebucht werden.

Weitere Werbe- und PR-Informationen:

- » Informationen zu attraktiven Werbemöglichkeiten auf dem **Ausstellungsgelände** – von Diaposter über Leuchtsäulen bis hin zu Megapostern – finden Sie im ACHEMA Ausstellerportal.
- » **Programme und Plakate** zur ACHEMA 2022 können solange verfügbar angefordert und für Ihre Besucheransprache genutzt werden. Weitere **Werbematerialien** können Sie über das ACHEMA Ausstellerportal bestellen.
- » Wir richten Ihnen außerdem ein **Online-Pressefach** ein, das Ihnen die Möglichkeit gibt, Neuentwicklungen und Unternehmensnachrichten zeitgestaffelt zu veröffentlichen.



Besucher- einladung

Setzen Sie sich mit persönlich adressierten Messe-
einladungen frühzeitig vom Wettbewerb ab. Sie sind
die wirksamste Form der Besucheransprache.

Wichtig!

- » Sorgen Sie mit **gezielten** Einladungen für **verbindliche Gesprächstermine**, denn über **80 %** der Messebesucher planen Ihren Besuch im Vorfeld und vereinbaren **wichtige Termine**.
 - » Laden Sie neben Bestandskunden und Partnern auch Interessenten, also potenziell neue Kunden ein.
 - » Setzen Sie für eine **nachhaltigere Wirkung** auf **mehrstufige Einladungsaktionen**. Nutzen Sie dafür verschiedene Medien:
 1. Versand einer „Save the Date“-Mail
 2. Versand einer schriftlichen, zielgruppenspezifischen Einladung in Briefform (per E-Mail oder Post)
 3. Ein persönlicher Erinnerungsanruf kurz vor Messebeginn.
 - » Achten Sie auf den **richtigen Zeitpunkt** Ihrer Einladungsaktionen. Gerade Besucher aus dem Ausland benötigen **mindestens 12 Wochen Vorlaufzeit**, um Ihren Besuch zu planen.
 - » Schaffen Sie **besondere Anreize** für den Besuch Ihres Messestandes und wecken Sie **Neugierde** auf Innovationen, die Sie vor Ort präsentieren. Besonders geschätzt werden vom Besucher (elektronische) Eintrittsgutscheine. Diese sind in **unbegrenzter Zahl** in der Besucherpauschale enthalten.
-



Standpersonal & Messebetrieb

Freundliches und kompetentes Standpersonal erhöht die Chancen auf gute Gesprächsergebnisse und neue Kontakte und damit ist ein umfassendes Messetraining der Standmannschaft unerlässlich.

Je nach Unternehmensgröße gehören zur Standmannschaft:

- » Unternehmensrepräsentanten (Vorstand, Geschäftsführer)
- » Standleitung (verantwortlich für den Standbetrieb)
- » Technisches Personal (Beratung, Vorführungen)
- » Kaufmännisches Personal (Vertrieb, Lieferbedingungen)
- » Länderreferenten (Exportgespräche)
- » Auskunftspersonal (Standinformation)
- » Pressebeauftragte
- » Dolmetscher
- » Servicepersonal (Büro, Bewirtung, Reinigung etc.)

Das Messetraining sollte folgende Informationen vermitteln:

- » Was wird vom eigenen Produkt- und Leistungsportfolio ausgestellt
- » Preise und Konditionen
- » Welche Wettbewerber sind auf der Messe vertreten
- » Welche Zielgruppe wurde gezielt eingeladen
- » Wie setzt sich die Besucherstruktur auf der Messe zusammen
- » Wichtige Kunden und Interessenten
- » Wie sind die Messegespräche schriftlich bzw. digital zu erfassen
- » Die Standordnung und der Dienstplan
- » Die Bedeutung der Messe für die Branche
- » Den Messeplatz und das Messegelände

Erfolgreiche (Kunden-)Gespräche stehen im Mittelpunkt jeder Messteilnahme. Hierauf gilt es zu achten:

- » Achtung: Messegespräche sind Dialoge! Erkunden Sie also im Gespräch die Anforderungen und Bedürfnisse Ihres Gegenübers. Beantworten Sie nicht nur Fragen, sondern stellen Sie auch gezielt welche.
- » Es sollte ein einheitlicher Prozess zur Kontakterfassung mit standardisierten Gesprächsformularen festgelegt und an alle Mitarbeiter kommuniziert worden sein. Damit erleichtern Sie sich die zügige Nachbereitung und Auswertung der Kontakte.
- » Erfassen Sie die Kontaktdaten unmittelbar und digital direkt am Stand.

Wichtig!

- » **Gehen Sie sicher, dass die Zuständigkeiten am Stand klar verteilt sind.**
 - » **Für Aussteller, Standpersonal oder auch Besucher ist es wichtig, sich frühzeitig um ihre Reiseplanung inklusive Visa, Anreise, Unterkunft, Parkplatzreservierung zu kümmern. Zur Hotelreservierung wenden Sie sich gerne an die Tourismus+Congress GmbH, Frankfurt am Main.**
 - » **Jeder Aussteller erhält für die ersten 10 m² zwei Ausstellerkarten und für alle weiteren angefangenen 10 m² je eine Karte kostenfrei.
Beispiel: 31 m² = 5 Ausstellerkarten.
Zusätzliche Ausstellerkarten müssen käuflich erworben werden.**
 - » **Sie können Ihre Ausstellerkarten im Ausstellerportal personalisieren und direkt ausdrucken. Die Ausstellerkarten berechtigen das Betreten des Messegeländes während der Auf- und Abbaueiten sowie der Zeit der Veranstaltung eine Stunde vor Eintritt der Besucher. Sie sind nicht übertragbar und enthalten die Nutzung des öffentlichen Personennahverkehrs (RMV-Gebiet).**
-



Nachbereitung

Ernten Sie die Früchte Ihrer Messepräsenz mit einer guten (vertrieblichen) Nachbereitung. Dies kann ein großer Wettbewerbsvorteil sein.

Zielgruppengerechte Nachfassaktionen:

- » Kunden und Interessenten, die erschienen sind:
 - » Dankschreiben für den Besuch
 - » Zusendung versprochener Unterlagen und Angebote
 - » Gezieltes Eingehen auf in den Gesprächsnotizen festgehaltenen Themenschwerpunkte
 - » Weitere Terminabsprache ggf. auch telefonisch
 - » Zuweisung der Kontaktvertiefung an die entsprechenden Mitarbeiter oder den Außendienst
- » Kunden und Interessenten, die nicht erschienen sind:
 - » Informationen zu Ihrem Ausstellungsprogramm, Neuheiten und Weiterentwicklungen
 - » Anschließende telefonische oder schriftliche Kontaktaufnahme
- » Journalisten, die erschienen sind:
 - » Dankeschön-Nachricht für den Besuch
 - » Versand von Messeabschlussbericht oder Pressemeldung zu vorgestellter Produktneuheit
 - » (für die Fachpresse mit Foto)
 - » Zusendung vereinbarter Fachartikel
- » Journalisten, die nicht erschienen sind:
 - » Übersendung der gesamten Pressemappe inklusive Messeabschlussbericht



Wichtig!

- » **Die schnelle Reaktion sowie das konkrete Eingehen auf das Besucheranliegen zeichnet eine gute vertriebliche Nacharbeit aus.**
 - » **Halten Sie Zusagen (z.B. Versand von Informationsmaterial oder Angeboten) unbedingt ein – das erwarten die Besucher von Ihnen.**
 - » **Profitieren Sie von den Erfahrungen aller Messebeteiligten und holen Sie deren Feedback durch Online-Befragungen und Feedbackmeetings direkt im Anschluss an die Messe ein, damit Eindrücke, Anregungen, Lob und Kritik nicht verloren gehen.**
-

Terminplan / Checkliste

für Ihre persönliche Messevorbereitung zur ACHEMA 2022

STICHWORT	VERFÜGBAR	DEADLINE	✓
Anmeldung	ab 11/2019	so lange Standfläche verfügbar	
Rechnungen			
Einreichung Umsatzsteuerunterlagen (bei Drittländern mit Gegenseitigkeit)			
1. Teilbetragsrechnung	nach Anmeldung		
2. Teilbetragsrechnung Rechnung Besucherpauschale	ab 09/2021		
3. Teilbetragsrechnung Rechnung Medienpauschale	ab 01/2022		
Werbematerial	nach Versand		
Ausstellerkarten Publikationseinträge (zusätzlich zum Medienpaket) Technische Dienstleistungen	nach der Veranstaltung		
Standbestätigung	ab 03/2020		
(inkl. Zugangsberechtigung Ausstellerportal)			
Stand/Hallenplan	nach Erhalt der Standbestätigung		
Bitte ggf. an Standbauer weiterleiten.			
Dienstleistungen rund um den Stand	ab Herbst 2021	04.02.2022	
Standbau, Standausstattung			
Standtechnik			
Logistik/Verkehr			
Anreise/Aufenthalt			



STICHWORT	VERFÜGBAR	DEADLINE	✓
Marketing	ab Herbst 2021		
Medienpaket: » Kurzprofil zu Ihrem Unternehmen » Suchwörter (Auswahl aus Produktverzeichnis) » Ausstellungsgruppe » Firmenlogo » Hyperlink » Produkteintrag einschließlich 1 Abbildung » Anfrageformular (Interessenten für Ihre Produkte)		23.12.2021	
Anzeigen, Banner und mehr Sponsoring Werbung auf dem Messegelände		23.12.2021	
Presse Services		25.03.2022	
Anmeldung/Genehmigungsantrag für Standbau und Exponate	nach Erhalt der Standbestätigung		
Upload genehmigungspflichtiger Standbau (Genehmigung per E-Mail)		04.02.2022	
Upload Exponate (hoch, schwer, in Betrieb) (Genehmigung per E-Mail)		04.02.2022	
Upload Exponate mit Gefährdungspotential (Genehmigung per E-Mail)		04.02.2022	
Anmeldung Vorfürungen (formlos)		04.02.2022	
Antrag vorzeitiger Aufbau		21.02.2022	
Antrag verlängerter Abbau		06.04.2022	
Besuchermarketing	ab Herbst 2021		
Tages-Gastkarten für Besucher			
Werbematerial (Besuch flyer, Plakat und Programm)		04.02.2022	
Tickets und Ausweise	ab Herbst 2021		
(Auf- und Abbaukarten, Ausstellerkarten, Tages-Gastkarten für Besucher)			



**FETTE
COMPACTING**
be efficient

Frankfurt am Main

**4. – 8.
April 2022**



**LIFETIME
EFFICIENCY**
HALL 3.0
STAND F3

ACHEMA2018

ACHEMA2018

Eingang City

ACHEMA2018

Eingang



Impressum

DECHEMA
Ausstellungs-GmbH
Copyright 2021

Verantwortlich für den Inhalt:

Thomas Scheuring, Björn Mathes,
Frankfurt am Main

Konzept und Layout:

Liebchen+Liebchen
Kommunikation GmbH

Fotos:

Nicolas Det, José Poblete,
Helmut Stettin, Jean-Luc Valentin

Vernetzen Sie sich mit der #ACHEMA22!

Nichts mehr verpassen: Nutzen Sie unsere vielfältigen Kontaktmöglichkeiten und bleiben Sie nah am Puls der Branche.

ACHEMA im Social Web



Twitter:

[*ACHEMAworldwide*](#)



Instagram:

[*ACHEMAofficial*](#)



LinkedIn:

[*www.achema.de/LinkedIn*](http://www.achema.de/LinkedIn)



Facebook:

[*www.achema.de/facebook*](http://www.achema.de/facebook)

ACHEMA Newsletter

Unser Newsletter erscheint alle vier Wochen und ist die beste Quelle für die neuesten Nachrichten und Informationen rund um die ACHEMA.



Newsletter abonnieren unter
[*www.achema.de/abonnieren*](http://www.achema.de/abonnieren)