

LEaT X begeistert Aussteller und Publikum



Foto: Manfred H. Vogel

Mit 600 Teilnehmenden war die LEaT X am 1. März im Kölner Palladium ein voller Erfolg! Bei dem Pre-Season-Event konnten die Gäste die Neuheiten von 70 Brands anschauen und mit der Veranstaltungsbranche auf Tuchfühlung gehen. Das Fazit aller Besucher:innen und Aussteller: Die LEaT X überzeugt auf ganzer Linie!

In LEaT-typischem, entspannten Rahmen mit viel Zeit für individuelles Networking bot das Event den Besucher:innen die Möglichkeit, sich über neue Produkte zu informieren und von den Expert:innen vor Ort im Umgang mit ihnen schulen zu lassen. „Wir sind von der hohen Besucherqualität begeistert. Das positive Feedback aller Teilnehmenden motiviert natürlich, für die kommende LEaT con im Oktober alles zu geben!“, erklärt Duc Nguyen, Director of LEaT. „Die LEaT X bietet mir die Möglichkeit zu connecten und das in einer sehr lockeren und entspannten Atmosphäre. Es ist genügend Zeit da, um sich mit allen Leuten auszutauschen. Außerdem ist alles da, was man braucht: Essen, Getränke und coole Leute“, bestätigt Michael Friedsam, Senior Product Manager bei Monacor International.

Den großen Erfolg des LEaT-Konzeptes belegt auch die Treue der Aussteller. So etwa Astera – eine Brand von vielen, welche bereits bei mehreren LEaT-Events ausgestellt haben und auch künftig auf das Format setzen: „Ich bin ein ‘Ur-LEaTler’!“, schmunzelt Martin Glaser von Astera: „Bereits die erste LEaT X aber

auch die LEaT con haben sich sehr für uns gelohnt und wir konnten einen großen Erfolg messen. Der familiäre Charakter hier vor Ort sticht sehr heraus – das genießen wir.“ Und Nico Lewis, Senior Sales Manager RTS, ergänzt: „Die LEaT X bringt Menschen zusammen. Hier haben die Leute aus der Branche die Möglichkeit, sich über ihre Geschäfte und Technologien auszutauschen. Das ist wichtig, vor allem nach zwei Jahren Pandemie. Die LEaT X hat ein unglaublich gutes Konzept. RTS wird daher auf jeden Fall auf der LEaT con in Hamburg 2023 dabei sein!“ Sebastian Hayers Fazit, Sales Director bei RCF Deutschland, ist ebenfalls positiv: „Die Synergien und Effekte, die sich hier auf der LEaT X für RCF Deutschland ergeben, sind toll.“

Auf der LEaT X trafen rund 600 Personen aus der Veranstaltungsbranche aufeinander, um die Neuheiten von 70 ausstellenden Brands zu begutachten. Eine Quote von mehr als 75 % an Besucher in leitender Position zeigt, dass sich das Pre-Season-Event auf einem sehr hohen Niveau bewegte.

Nach der LEaT X ist vor der LEaT con: Blocken Sie sich im Kalender schon einmal den 17. bis 19. Oktober für die Live, Entertainment und Technology Convention in der Hamburger Messe.

www.leadcon.com