



7th INTERNATIONAL  
TRADE FAIR FOR  
METAL PACKAGING

## Information

### Abschlussbericht METPACK 2011:

Die METPACK erwies sich erneut als der zentrale internationale Treffpunkt der Metallverpackungsbranche

Neuer Rekord: 7.100 Fachbesucher aus 102 Ländern informierten sich in der Messe Essen

Weltleitmesse bot einen konzentrierten Marktüberblick und spiegelte die optimistische Stimmung der Branche wider

Erneut erwies sich die METPACK in der Messe Essen als der zentrale internationale Treffpunkt der Metallverpackungsbranche. Auf der Weltleitmesse informierten sich 7.100 Fachbesucher aus 102 Ländern über neue Entwicklungen in der Metallverpackungsindustrie. 230 Aussteller – eine neue Bestmarke – aus 24 Nationen zeigten das gesamte Angebot zur Produktion von Metallverpackungen und boten fünf Tage lang einen konzentrierten Marktüberblick auf kompaktem Raum.

Die METPACK 2011 präsentierte sich so international wie kaum eine andere Messe in Deutschland: 79 Prozent der Besucher und rund 80 Prozent der Aussteller kamen aus dem Ausland nach Essen. Frank Thorwirth, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe Essen, freute sich, dass die Aussteller die METPACK als die effizienteste Veranstaltung ihrer Industrie ansehen: „Die METPACK ist die wichtigste Networking-Plattform der internationalen Metallverpackungsbranche. Sie führt die weltweite Nachfrage und das internationale Angebot erfolgreich zusammen.“

Wolfgang Niemsch, Vorsitzender des METPACK-Komitees: „Die Nachfrage nach Metallverpackungen ist hoch, angesichts steigender Rohstoffpreise sind Innovationen zur Materialeinsparung besonders gefragt. Diese Neuheiten waren in Essen auf der METPACK zu sehen. Und: Wer hierher kam, der war vom Fach. Die Messe zeichnet sich durch eine einzigartige Qualität der Besucher aus.“ Spürbar war die gute wirtschaftliche Stimmung. Viele Aussteller berichteten von guten Kauf- und Auftragsabschlüssen, deren Wert überwiegend im hohen sechsstelligen Bereich lag; außerdem schätzten sie die Chancen auf ein gutes Nachmessegeschäft sehr hoch ein.



MESSE ESSEN GmbH

Messehaus Ost Norbertstraße  
Postfach 10 01 65  
45001 Essen

Presse-Kontakt  
Gabriele von Graes  
gabriele.vongraes@messe-essen.de  
Fon +49.(0)201.72 44-2 46

Presse-Sekretariat  
Claudia Brügger  
Fon +49.(0)201.72 44-2 44  
Fax +49.(0)201.72 44-2 49  
presse@messe-essen.de

Pressefoto-Medienservice  
Rainer Schimm  
rainer.schimm@messe-essen.de  
Fon +49.(0)201.72 44-2 47

www.messe-essen.de  
www.metpack.de

Veröffentlichung kostenfrei –  
Beleg erbeten

## **Fachbesucher von allen Kontinenten**

Von allen Kontinenten kamen die Fachbesucher zur METPACK, um Kontakte zu knüpfen, Gespräche zu führen und Kaufentscheidungen vorzubereiten. Neben Besuchern aus Europa waren vor allem Experten aus Asien sowie aus Süd- und Mittelamerika stark vertreten. Dabei erwies sich die METPACK wieder als der Treffpunkt der Entscheider: Neun von zehn Besuchern waren maßgeblich an Einkäufen und Beschaffungen in ihren Unternehmen beteiligt. Besonderes Interesse der Experten galt Maschinen und Einrichtungen zur Herstellung von Dosen, Deckeln und Böden sowie Trockenöfen, Lackier- und Bedruckungsanlagen. Nahezu alle Besucher (97 Prozent) zeigten sich mit ihrem Aufenthalt auf der METPACK 2011 zufrieden. Sie lobten zudem die zeitliche Nähe zur interpack und den von der Messe Essen zur Verfügung gestellten Shuttle-Service zwischen beiden Veranstaltungsorten.

## **METPACK 2011 zeigte: Metallverpackungen sind weltweit stark gefragt**

Starke Nachfrage kennzeichnet den weltweiten Markt für Metallverpackungen. Ob zur Aufbewahrung von Lebensmitteln und Getränken, zum Verpacken von Farben und Kosmetik oder als Verschluss – Metallverpackungen sind vielseitig einsetzbar. Allein in Deutschland wurden 2010 mit 405.100 Tonnen Aerosol- und Getränkedosen, Tuben, flexiblen Verpackungen und Folien rund 14 Prozent mehr Verpackungen aus Aluminium hergestellt und mit 980 Millionen Getränkedosen rund 46 Prozent mehr Dosen verkauft als im Vorjahr.

Die gute wirtschaftliche Stimmung spiegelte sich auf der METPACK wider. 30 Prozent der Fachbesucher orderten direkt auf der Messe (2008: 22,9 Prozent), weitere 30 Prozent gaben an, nach der METPACK aufgrund der dort erhaltenen Informationen einen Kaufvertrag abschließen zu wollen. Auch die Konjunkturschätzung fiel deutlich positiver aus als 2008: 66 Prozent der Fachbesucher (2008: 55 Prozent) beurteilten die derzeitige wirtschaftliche Situation der Metallverpackungsbranche positiv. 71 Prozent der Besucher, rund 15 Prozent mehr als noch 2008, rechnen zudem damit, dass die Konjunktur in ihrer Branche weiter steigen wird.

Auch die Aussteller zeigten sich mit dem Messeverlauf und mit ihrem geschäftlichen Erfolg sehr zufrieden. Nahezu alle lobten die Qualität der Besucher sehr und bestätigten, dass sie auf der METPACK ihre wichtigsten Zielgruppen erreicht hatten.

## **METPACK Innovation Award in Gold ging an Sensory Analytics**

Höhere Effizienz, Materialeinsparung beispielsweise durch geringere Blechdicken und Umweltschutz dank besserer Recyclingfähigkeit waren bestimmende Themen in den Messehallen. Zahlreiche Aussteller nutzten die METPACK, um auf der internationalen Leitmesse der Metallverpackungsbranche ihre neuen Entwicklungen und Produktverbesserungen vorzustellen. Besonders zukunftsweisende Neuheiten wurden mit dem METPACK Innovation Award ausgezeichnet, um den sich insgesamt 15 Unternehmen beworben hatten. Die amerikanische Firma Sensory Analytics, LLC, gewann den METPACK Innovation Award in Gold für ihr SpecMetrix Messsystem. Der silberne Award ging an die schweizerische Soudronic AG für ihre ringförmigen Laschenlösungen für alle Arten von gesiegelten Deckeln, und den bronzenen Award erhielt die Schuler

Pressen GmbH & Co KG aus Deutschland für ihren ICON V-Drive Bodymaker. In einer Feierstunde überreichten Frank Thorwirth, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe Essen, Wolfgang Niensch, Vorsitzender des METPACK-Komitees, und Gerhard Müllender, Vorsitzender der METPACK Innovation Award Jury die Auszeichnungen.

### **METPACK-Konferenz: Informationen von Experten für Experten**

Hochkarätig besetzt war die METPACK-Konferenz, die am zweiten Messtag stattfand. Acht internationale Experten, unter ihnen sowohl Wissenschaftler wie auch Spezialisten aus Unternehmen, informierten das Fachpublikum über neueste Entwicklungen der modernen Metallverpackungstechnologie. Schwerpunktthemen waren die weitere Optimierung der Weißblechoberfläche und ihrer Beschichtungen sowie neuere Technologien der Dosenproduktion. Vorgestellt wurden beispielsweise ein neuer Einölungstyp, der die Benetzbarkeit von Weißblechoberflächen verbessert, dünnwandige Aerosoldosen und Getränkeflaschen und neue Technologien zur Verbesserung des Verschleißprozesses.

### **Nächste METPACK vom 6. bis 10. Mai 2014**

Die nächste METPACK findet vom 6. bis 10. Mai 2014 in der Messe Essen statt – wieder in zeitlicher Überschneidung mit der interpack. Für 93 Prozent der Besucher und 94 Prozent der Aussteller steht bereits jetzt fest, dass sie zur METPACK 2014 kommen werden.

### **Stimmen von Ausstellern**

Frank Hoffmann, Managing Director Biagosch & Brandau:

Es ist für uns die wichtigste Messe, an der wir teilnehmen; pro Jahr sind das zwei. Es ist ein klassischer Nischenmarkt. Auf keiner anderen Messe erreichen wir so viel internationales Publikum wie hier. Aus Ländern, in denen es zehn Dosenhersteller gibt, waren acht davon hier.

Wir haben hier auch den Kontakt zu Mitbewerbern und zu befreundeten Unternehmen. Hier auf der METPACK werden die Impulse für die nächsten drei Jahre gegeben.

Unser Stand war sehr gut besucht, teilweise von bis zu 50 Personen gleichzeitig, so dass unsere zwölf Mann starke Standbesatzung immer über mehrere Stunden permanent belegt war. Wir haben unsere Innovationen gezeigt und das Hauptinteresse der Besucher lag bei den ausgestellten Maschinen, von denen eine erst kurz vor Messebeginn fertig geworden ist. Mit dem Erfolg der METPACK sind wir sehr zufrieden. Wir haben rund 100 Projekte bekommen. Das ist enorm im Vergleich zu anderen Veranstaltungen, wo es meist zwischen zehn und 15 Projekte sind.

Samantha Allison, Communications Manager, Tata Steel Packaging:

Tata Steel Packaging hat die METPACK als Launch-Event gewählt, um sich hier das erste Mal der Industrie nach unserer Umbenennung von Corus Packaging Plus in Tata Steel Packaging zu präsentieren. Wir haben diese führende Industriemesse der Metallverpackungsbranche ganz bewusst gewählt für unseren Auftritt unter

dem neuen Tata-Banner. Unsere Großkunden kommen immer zu dieser Messe; wir konnten hier unsere neue Marke und ihre Werte umfassend kommunizieren. Die METPACK war sehr erfolgreich für uns. Sie ermöglicht uns den face-to-face-Kundenkontakt, den wir schätzen.

Oscar Lacueva, Inhaber Lacueva Can Making Machinery:

Die METPACK 2011 hat unsere Erwartungen übertroffen. Wir hatten viele gute Kontakte zu bestehenden und neuen Kunden und auch Ausstellern, mit denen wir in Zukunft zusammenarbeiten können. Wichtig für uns waren die Besucher aus Lateinamerika, dem Mittleren Osten und Indien. Die Besucher haben sich in diesem Jahr durch eine besonders hohe Qualität ausgezeichnet. Zu beobachten war, dass das Interesse hin zu kompletten Maschinenstraßen geht. Wir haben auf der METPACK einige Maschinen und auch komplette Anlagen verkauft. Das war unser vierter Messeauftritt hier in Essen und derjenige, der sich am meisten gelohnt hat.

Christian Willers, Communication Manager, Akzo Nobel Packaging Coatings GmbH:

Unser Ziel war es, eine Kommunikationsplattform für unsere Kunden und Vertriebsmitarbeiter zu bieten. Die METPACK ist unsere Leitmesse. Unser neues Standkonzept stieß auf große Zustimmung. Der Stand war gut besucht, wir hatten viele Gäste aus den schnell wachsenden Märkten wie China, Indien oder Südamerika. Ein bestimmendes Thema war die Liefersicherheit bei steigenden Rohstoffkosten.

James R. Gilliam, US-Repräsentant, Actega Rhenania GmbH:

Wir hatten einen sehr guten Besucherzuspruch; aus über 200 verschiedenen Unternehmen konnten wir Kunden auf unserem Stand begrüßen. Die Besucher kamen aus aller Welt, zum Beispiel aus Asien, dem Mittleren Osten, den USA und Lateinamerika. Sie interessierten sich vor allem für die Umweltverträglichkeit unserer Lacke und Dichtungsmassen. Die Nachhaltigkeit von Rohstoffen und die Versorgungssicherheit werden immer wichtiger.

Alexander Hinterkopf, Geschäftsführer, Hinterkopf GmbH:

Es gab großes Interesse an unseren Produkten von neuen potenziellen Kunden. Auch Weißblechexperten haben sich für unsere Art der Produktion von Aerosoldosen mit nachhaltigen Technologien interessiert. Viele interessante Gespräche und Projekte werden nach der Messe weitergehen. Seit vielen Jahren haben wir hier auch erstmals einen bedeutenden Messeauftrag abgeschlossen. Daran sieht man: Die Besucher sind entscheidungsfreudig. Die Messe bringt die Entscheidungsträger und Techniker zusammen. Der Chef sieht die Produkte hier in Stahl und Eisen und gibt sein Go. Es ist gut, dass die METPACK so kompakt ist, sie hat genau die richtige Größe und ist überschaubar.

Bill Speidell, Strategic Initiatives, Belvac Production Machinery, Inc.:

Unseren herzlichen Dank an die Messe Essen für den hervorragenden Service und Support; der war sehr gut, persönlich und schnell. Die METPACK hat genau die richtigen Besucher angesprochen, das war für uns die richtige Messe. Das Publikum war sehr global. Wir haben hier unseren neuen vertikalen Shaper zum ersten Mal präsentiert, das Interesse daran war groß. Wir hatten hier viele Kontakte und Gespräche, so dass die nächsten Monate für uns wegen der METPACK sehr arbeitsintensiv werden.

Greg Frisby, Industry Manager, Sensory Analytics:

Das war die effektivste und produktivste Messe, die ich jemals erlebt habe. Wir bieten ein Messgerät an, das sowohl von den Ausstellern wie auch von den Besuchern der METPACK genutzt werden kann. Daher war es für uns das optimale Publikum, denn hier waren alle Facetten der Metallverpackung vertreten. Alle an einem Platz, eine sensationelle Gelegenheit. Der Gewinn des METPACK Innovation Awards hat uns zudem noch weitere Aufmerksamkeit und Anerkennung gebracht. Wir hatten rund 400 Leads aus über 25 Ländern. Ich habe noch niemals so viele Kunden in so kurzer Zeit getroffen und so viele intensive Gespräche geführt. Unsere Erwartungen sind mehr als übertroffen worden. Am dritten Messetag ging uns unser Informationsmaterial aus und wir hatten Warteschlangen bei uns vom ersten Tag bis zum letzten Messe-Morgen.

Eyüp Yilmaz, Export & Import Manager Bati Makina:

Wir haben viele Produkte verkauft. Die Messe ist gut gelaufen und wir sind sehr zufrieden; gerne würden wir bei der nächsten METPACK unseren Stand vergrößern. Wir hatten sehr viele Kontakte; die meisten sind schon unsere Kunden, aber es kamen auch neue Kontakte dazu.

Kevin McLaughlin, Geschäftsführer, Flexo Concepts:

Wir haben zum ersten Mal auf der METPACK ausgestellt und sind sehr zufrieden mit der Qualität der internationalen Besucher. Bereits nach dem ersten Tag hatten wir genug Leads, um unseren Messeauftritt als sehr erfolgreich bezeichnen zu können.