



Die Schiettinger-Gruppe präsentierte u.a. Faltschachteln, Displays und Versandverpackungen.



THIMM – The Highpack Group mit Verpackungen und Displays für mehr Effizienz im Handel.

FachPack 2013: Wirtschaftsstandort Deutschland mit zunehmender Anziehungskraft

Die FachPack als eine der wichtigsten europäischen Fachmessen für Verpackung zieht immer mehr Verpackungsspezialisten aus den Nachbarländern an. 21 Prozent internationale Gäste – vor allem aus Österreich, der Tschechischen Republik, der Schweiz, den Niederlanden, Italien und Polen – nutzten die drei Messtage zur Information.

„Vor allem bei Verpackungsmaschinen für den Food- und Nonfood-Bereich standen in Nürnberg alle Zeichen auf Investition“, resümierte Heiko Wenka, Verkaufsleiter Illig Maschinenbau GmbH & Co. KG, aus Heilbronn.

Besucher aus der Automobilbranche wurden vermisst

„Zahlreiche konkrete Angebote wurden angefragt. Noch nie hatten wir so viele polnische Kunden am Stand. Vermisst haben wir allerdings Teile der Automobilzulieferer“, bedauerte Wenka abschließend. „Das belegen die Befragungsergebnisse eines unabhängigen Instituts“, bestätigt Heike Slotta, NürnbergMesse-Veranstaltungsleiterin. „Die Automobilzulieferer stehen derzeit auf der Bremse. Wir spüren auch, dass die Lohnverpackung in östliche Richtung zieht. Mit noch stärkerer Präsenz glänzten die Bereiche Druck/Papier/Pappe und Chemie. Der Anteil der Fachleute aus Verkauf/Vertrieb stieg signifikant, was die vielen Investitionsanfragen erklärt.“

Stuart Clarke, Marketing Manager der Matthews Europe GmbH & Co.

KG mit Sitz in Jülich bilanzierte die Messe ebenfalls positiv: „Nur auf der FachPack ist unser Unternehmen aktuell mit allen Divisionen vertreten: Packaging, Marking und Instore Solutions. Deshalb ist sie für uns die wichtigste Verpackungsmesse in Europa. Was die Besucherqualität angeht, so gilt für dieses Jahr: Klasse statt Masse. Es mag weniger Anfragen gegeben haben, dafür solche mit Zukunft. Die Stimmung in den Hallen war gewohnt gut und familiär und wir fahren durchweg zufrieden nach Hause.“

Das Ranking der besuchenden Branchen liest sich wie folgt: Druck/Papier/Pappe, Nahrung/Genuss, Dienstleister, Kunststoff, Chemie, Maschinenbau, Pharma/Kosmetik, Elektrogeräte und Komponenten, Verpackungslogistik und Lohnverpacker, Metallverarbeitung, Automobilzulieferer sowie Konsumgüter. Der durchschnittliche FachPack-



Über Versandboxen, Faltschachteln und eine umfangreiche Range verschiedener Display-Lösungen konnte man sich bei der SCHELLING AG informieren.



Branaldi mit Lösungen zu den Themen Verpackung und Displays und den entsprechenden Services.

Besucher ist männlich (gut 77 Prozent), verweilt 1,2 Tage auf der Messe und schenkt sein Hauptinteresse Packstoffen und Packmitteln (mehr als die Hälfte) sowie Verpackungsmaschinen (weit über ein Drittel). Jeweils rund ein Viertel der Besucher interessiert sich für

Verpackungsdruck und -veredelung, Maschinen und Geräte aus der Verpackungsperipherie, Verpackungslogistik sowie Packhilfsmittel, 16 Prozent für Kennzeichnungs- und Markierungstechnik sowie 9 Prozent für Dienstleistungen (Mehrfachnennungen). Fast zwei Drittel

haben ihren Messebesuch vorbereitet und meist im Internet gezielt nach Ausstellern oder Produkten gesucht.

Im Folgenden haben wir ausgewählte Aussteller der FachPack 2013 befragt, wie ihr Fazit der diesjährigen Veranstaltung ausfällt.

platzieren • präsentieren • inszenieren

Shopper Interaction

Bestandsmanagement

Diebstahlprävention

...für mehr Erfolg am Point of Sale!

- Steigern Sie Ihren Absatz...
- Optimieren Sie die Übersicht und Erreichbarkeit Ihrer Produkte...
- Reduzieren Sie den Regalpflegeaufwand...
- Reduzieren Sie die Diebstahlquote...
- Vermeiden Sie OOS...

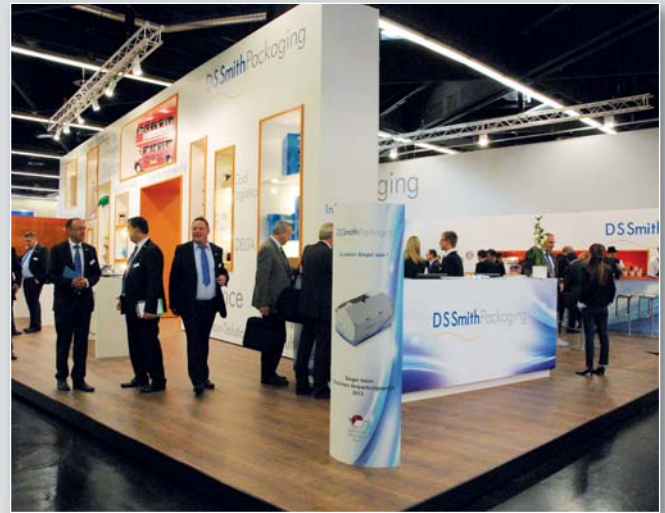
...mit intelligenten Systemen von POS TUNING

POS TUNING[®]
Udo Voßhenrich

POS TUNING Udo Voßhenrich GmbH & Co. KG • 32107 Bad Salzufen • info@postuning.com • www.postuning.com



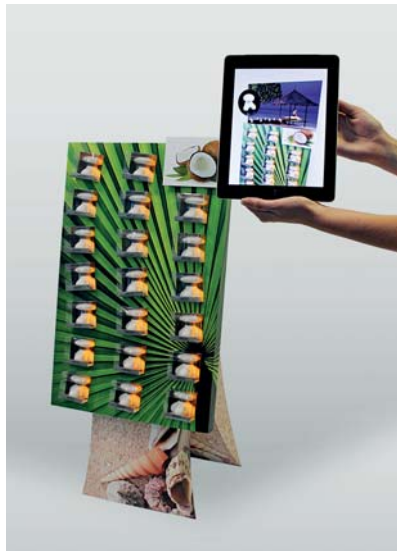
Eines der Highlights auf dem Messestand von Spot Display: Das Regalsystem „Champ“ mit flexibel einsteckbaren Kanteleisten und Zubehör.



DS Smith Packaging zeigte Verpackungen mit hohem ökologischen und logistischen Nutzen und intelligente Displaylösungen.

DS Smith Packaging – Michael Lamprecht, Sales & Marketing Director D-A-CH

„Die FachPack war erneut eine perfekte Plattform, um in einem kurzen Zeitraum zahlreiche interessante Gespräche mit Entscheidungsträgern zu führen. Als Full-Service-Packaging-Anbieter haben wir unsere Kunden auf unserem Messestand in eine prickelnde SPA-Erlebniswelt aus Wellpappe entführt. So haben unsere



In dieser Display-Lösung von DS Smith Packaging werden Massagegeräte aufmerksamkeitsstark in Szene gesetzt. Das Top-Schild mit weiteren Informationen wird über eine Augmented Reality Anwendung sichtbar.

Kunden live erlebt, wie es aussieht, wenn Marken am P.O.S. mit alle Sinnen erlebbar werden. Die Resonanz hierauf war fantastisch und hat viele unserer Kunden aber auch Interessenten zu neuen Ideen für ihre eigenen Marken inspiriert. Die FachPack hat gezeigt, dass unsere Kunden uns als Lösungsanbieter und strategischen Partner für alle Themen rund um Verpackung und Produktpositionierung wahrnehmen. Wir hatten so viele Kontakte wie noch nie zuvor, daher gehen wir von einem starken Nachmessegeschäft aus. Unsere Prognosen für das Jahr 2014 sind ganz klar optimistisch.“

Mondi – Niki Fraiss, Marketing Communications Manager

„Rund 1.000 Besucher verzeichneten wir während der FachPack im September auf unserem 380 Quadratmeter großen Messestand. Verglichen mit 2012 bedeutete dies ein Besucheranstieg um nicht weniger als 42 Prozent. Einer der Gründe dafür war sehr wahrscheinlich, dass wir in diesem Jahr zum ersten Mal unsere gesamte Range an Verpackungs- und Papierprodukten aller Geschäftsbereiche präsentiert haben. Auf großes Interesse stießen unsere jüngsten



„In 3 Tagen um die Mond Welt“ lautete das diesjährige Messemotto.

Neuentwicklungen wie z.B. FIBROMER®, eine neue nachhaltige Alternative zu anderen Verbundmaterialien in vielen Branchen, einschließlich der Automobil- und der Möbelindustrie, Miprotex, eine kosteneffiziente Lösung auf Papierbasis, welche die Migration von Mineralöl verhindert und PerfoamPack, eine speziell geschäumte Folie, die 20 Prozent Materialersparnis ermöglicht und für zahlreiche Verpackungsanwendungen geeignet ist. Weitere Highlights waren StacPac, ein neuer witterungsbeständiger Versand- und Lagerkarton aus gestanzter Schwerwellpappe,



Die STI Group stellte ihre erfolgreichsten saisonalen Themenwelten vor und zeigte, wie emotionale Präsentation am POS heute aussieht.



Smurfit Kappa legte den Schwerpunkt seiner Messe-Kommunikation auf innovative Verpackungslösungen und außergewöhnlichen Kundenservice.

SmartID Bag, ein intelligenter SmartID-Sack, der zu Identifizierungszwecken mit einem eindeutigen Data-Matrix-Code bedruckt ist und ProVantage Kraftliner Aqua, eine neue Papierstärke für Verpackungsanwendungen in besonders feuchter Umgebung. Da unsere Messeauswertung noch einige Monate in Anspruch nehmen wird, ist es für eine abschließende Beurteilung der Ergebnisse noch zu früh. Dennoch waren wir mit der Anzahl und Vielfalt der auf der FachPack generierten Messekontakte sehr zufrieden und sehen diese als eine wichtige Kommunikations- und Businessplattform für Mondi.“

**wellteam: wellcarton
Verpackungen und Displays
GmbH & Co. KG – Torsten
Held, Vertriebsleiter**

„Die Messe war aus meiner Sicht auch in diesem Jahr gut besucht, obwohl die Messgesellschaft weniger Besucher gezählt hat. Auf unserem Stand waren viele Interessenten und Kunden zu Gast – genauso wie im letzten Jahr. Auf unsere ausgestellten Displays und Verpackungen gab es viel Resonanz und so hatten wir die ersten konkreten Anfragen bereits auf unserem Stand. In der sofort nach der Messe erfolgten

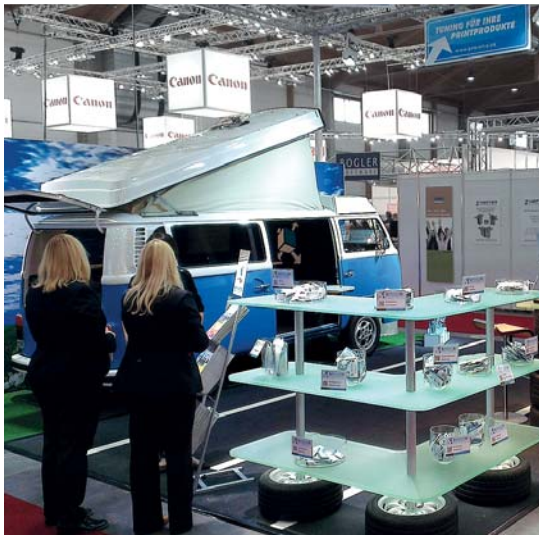
Nachbearbeitung haben sich ebenfalls interessante Termine ergeben. Deshalb sind wir mit den Messekontakten sehr zufrieden und schauen optimistisch in das neue Jahr. Das Jahr 2013 ist sehr positiv verlaufen und das Nachmessegeschäft wird das Ergebnis voraussichtlich noch verbessern. Die FachPack ist für uns bisher immer ein Erfolg gewesen und eine gute Möglichkeit, neue Kontakte zu knüpfen.“

**SPRINTIS, Michael Eichler,
Kundenberater**

„Während wir uns auf der FachPack in diesem Jahr das erste Mal der Öffentlichkeit präsentierten, ist SPRINTIS mit bereits fünf Besuchen auf der Druck+Form mittlerweile ein alter Hase auf dieser Veranstaltung. Wie bereits auf vergangenen Messen lautete auch diesmal das Motto „Tuning für Printprodukte“, was die Besucher wieder in Scharen an den Messestand lockte. Hier wurden in ungezwungener Atmosphäre bestehende Kundenkontakte gepflegt, Neukontakte geknüpft oder einfach nur der blau-weiß lackierte VW-Bulli bewundert, der ein echter Hingucker auf dem SPRINTIS-Messestand war. Natürlich gab es für die Messebesucher auch wieder viele Muster aus dem Produkt-Portfolio



Der Messestand der wellteam: wellcarton Verpackungen und Displays GmbH & Co. KG



Der SPRINTIS Messestand mit dem blau-weiß lackierten VW-Bulli als Hingucker.

zum Mitnehmen und Ausprobieren für zu Hause. Darüber hinaus hatten die Besucher auf beiden Messen erstmals die Möglichkeit, den neu gestalteten Musterordner mit weit über 100 Produkten aus dem SPRINTIS-Sortiment käuflich zu erwerben; viele Bestandskunden erhielten diesen sogar kostenlos. Diese Aktion fand auf beiden Messen großen Anklang und das SPRINTIS-Team erntete hierfür ausschließlich positive Resonanz. Mit dem Ende der FachPack und der Druck+Form ist das Messejahr für SPRINTIS mit insgesamt vier Auftritten beendet, aber schon 2014 sind wieder mehrere Messebesuche geplant. Neben der Paperworld in Frankfurt, auf der SPRINTIS schon einige Male zu Gast war, wird das Team im kommenden Jahr erstmals

auf der EuroShop in Düsseldorf und der IPEX in London als Aussteller vertreten sein.“

POS Tuning Udo Voßhenrich GmbH & Co. KG – Christoph Moser, Geschäftsführer

„Auf der Fachpack hatten wir zahlreiche Interessenten zum POS-T Vorschubsystem in Kombination mit dem POS-T Systemtray. Hierbei lag der Schwerpunkt insbesondere bei der Verpackungsindustrie. Wir hatten mehr Besucher aus dem Bereich der Markenartikelindustrie erwartet. Die Qualität der Messebesucher war gut. Insgesamt waren wir im richtigen Themenumfeld präsentiert und viele unserer Messebesucher waren von der unkomplizierten Umsetzung des POS-T Warenvorschubsystems in Verbindung mit dem POS-T Systemtray überzeugt. Da die Umsetzung einer Traymodifikation immer ein geplanter und längerfristig orientierter Prozess ist, erwarten wir kein kurzfristiges Nach-Messegeschäft. Das Jahr 2014 wird sicherlich ein richtungsweisendes Jahr werden. Bereits heute profitieren die drei größten Nahrungsmittelhersteller von den Vorteilen des POS-T Systemtrays und es werden nahezu täglich mehr. Gleichzeitig erwarten wir im nächsten Jahr insbesondere mit der Leitmesse EuroShop viele neue Impulse und Kontakte.“



Arnold Hohmann, Sales Director D-A-CH, STI Group

STI Group – Arnold Hohmann, Sales Director D-A-CH

„Während die FachPack selbst einen leichten Besucherrückgang verzeichnete, konnten wir auf dem Stand der STI Group nochmals mehr Besucher als in 2012 begrüßen. Produkte und Ideen zum Anfassen sowie die Präsentation anlassbezogener POS-Konzepte haben zu intensiven Gesprächen mit den Messebesuchern geführt. Auch viele Markenartikelhersteller, die bereits in enger Geschäftsbeziehung mit der STI Group stehen, haben gezielt den Weg zu uns gesucht, weil sie hier neue Ideen mit nach Hause nehmen konnten. „Viva Brazil“: die Verpackungs- und Displayideen zur Fußball WM 2014 sind ein zentrales Thema in der Messenachbereitung. Weiteres Highlight aus Besuchersicht war die eigens kreierte Kosmetikmarke „Stiletto“, die von Faltschachteln bis zur Permanentplatzierung neue POS-Ideen lieferte und gleichzeitig deren ROI für die Marke bewertete. Die FachPack 2013 hat viele konkrete Ansätze für neue Projekte geliefert, von denen wir sicherlich einige in 2014 im Markt sehen werden. Gerade im Zeitalter von E- und M-Commerce spielt die Warenpräsentation im Handel eine wichtige Rolle.“



Geschäftsführer Christoph Moser am Stand von POS Tuning.