

Presse- und
Öffentlichkeitsarbeit
Tel. +49 69 756081-33
Fax +49 69 756081-11
s.becker@vdw.de
www.vdw.de

24.09.2011

Anlage zum Abschlussbericht:

EMO Hannover 2011 - Stimmen von Ausstellern und Besuchern

Aussteller:

Jean-Pierre Wilmes, CEO and President, AgieCharmilles, Genf/Schweiz: „Für uns ist die EMO eine ganz wichtige Messe, auf der wir Kontakt zu unseren Kunden haben und auch Neukunden gewinnen. Wir zeigen Lösungen, um die Arbeitsprozesse zu verbessern. Die EMO ist ein fester Termin in unserem Kalender, bereits der Auftakt hat unsere Erwartungen komplett erfüllt.“

German Wankmiller, Vorsitzender der Geschäftsführung, Grob-Werke GmbH & Co. KG, Mindelheim: „Auf der EMO sieht man das höchste Maß an Innovation. Hier können wir der Kundschaft aus der ganzen Welt zeigen, was wir neu entwickelt haben. In dieser hoch komprimierten Form ist das einmalig. Die Stimmung in der Branche ist nach wie vor positiv – speziell bei den deutschen Ausstellern, die mit ihrem technologischen Stand den Vorsprung halten.“

Katja Mader, Marketing Director, Haas Automation Europe, Oxnard, Kalifornien/USA: „Wir sind mit großen Erwartungen auf die EMO gekommen. Der Markt zieht an, wir haben unseren Absatz weltweit um 62 Prozent erhöht und verzeichnen kontinuierlich eine steigende Nachfrage. Die EMO ist für uns als amerikanisches Unternehmen eine sehr wichtige Messe, ein Highlight. Hier am Stand sind alle Nationen vertreten. Wir haben sehr viele deutsche Besucher, aber auch Delegationen aus Russland, Indien und anderen Ländern. Alle Maschinen, die auf dem Stand stehen, sind bereits verkauft – diese gehen direkt nach der Schau an die Kunden.“

Markus Kurringer, Head of Marketing, Gebr. Heller Maschinenfabrik GmbH, Nürtingen:

„Die EMO ist unsere Weltleitmesse schlechthin und findet in diesem Jahr exakt zum richtigen Zeitpunkt statt, um auch das richtige Signal an die Wirtschaft auszusenden. Die Messe ist für uns ein ausgesprochen gutes Instrument um darzustellen, was wir leisten können. Kunden und auch Interessenten nehmen dieses Angebot an und informieren sich – speziell in diesem Jahr – sehr zielgerichtet. Sie kommen mit gewissen Erwartungen und zeigen eine hohe Bereitschaft, auch nach der EMO weiterhin zu investieren. Das stimmt uns sehr positiv.“

Madeleine Labeauvie, Marketing & Communication, Huron Graffenstaden S.A.S., Illkirch-

Cedex/Frankreich: „Eine Messe wie die EMO ist einfach die optimale Gelegenheit, das komplette Portfolio eines Unternehmens abzubilden. Wir zeigen Maschinen in einer Dimension, die sonst schlecht vorgeführt werden könnten. Das ist der unschlagbare Vorteil der Messe. Das Publikum der EMO ist sehr international – und das passt zu unserem Konzern, der ebenfalls international aufgestellt ist. Unsere Besucher kommen aus vielen Ländern, darunter China, Indien, Russland und Israel.“

Hermes Alberto Lago Filho, Director Sales & Marketing Machines, Indústrias Romi SA,

Saõ Paulo/Brasilien: „Romi expandiert mit seinem Geschäft auf dem internationalen Markt und ist auf internationalen Messen vertreten. Wir stehen kurz vor einem neuen Schritt: Am 1. Januar 2012 starten wir mit einem direkten Verkauf in Deutschland. Die EMO ist für uns die wichtigste Messe der Welt. Hier präsentieren wir unser Unternehmen und unsere Neuigkeiten – und treffen unsere Händler in Europa. Die Gespräche am Stand sind von hoher Qualität – die Fachbesucher kommen nicht nur aus Europa, sondern aus aller Welt. Die Messe kommt für uns zu einem perfekten Zeitpunkt, es gibt positive Bewegungen auf dem Markt.“

Peter Lütjens, Verkaufsleiter, Körber Schleifring GmbH, Hamburg:

„Wir sind sehr zufrieden, dass wir nach der Rekordmesse 2007, von der wir dachten, sie sei nicht zu toppen, jetzt noch einmal einen draufsetzen konnten. Bei den Maschinenverkäufen haben wir nochmals das Rekordergebnis von damals übertroffen. Wir haben an die 100 Maschinen verkauft. Das ist für uns sehr viel, denn das sind ja alles Investitionsgüter, die zwischen 150.000 und einer Million Euro pro Stück kosten.“

Martin Winterstein, Global Chief Marketing Officer, MAG Europe GmbH, Göppingen:

„Als größere Unternehmensgruppe bieten wir verstärkt im Bereich Services verschiedene Dienstleistungen an. Die EMO ist eine einmalige Gelegenheit zu kommunizieren, was wir anbieten können. Den internationalen Mix erreichen wir auf dieser Messe am besten. Unsere Ziele sind dabei, Kundenbindungen zu verstärken – und nicht zuletzt – Abschlüsse zu machen. Die ersten beiden Tage lagen bereits über den Erwartungen. Kunden treffen auch spontan auf unserem Stand ihre Entscheidungen. Wir erleben ein investitionsfreudiges Publikum.“

Ettore Batisti, President und CEO, Pama Spa, Rovereto/Italien: „Die EMO ist die wichtigste Messe für die komplette Branche. Unser Unternehmen ist Aussteller seit es die EMO gibt, weil wir die Messe als einzigartiges Forum nutzen, unsere neuen Maschinen am Markt zu präsentieren. Wir bauen unsere Kontakte aus und sprechen neue Kunden an. Die Stimmung in der Branche empfinde ich derzeit als sehr positiv, und das transportiert sich auch auf die EMO. Die Besucher sind sehr interessiert.“

Martin Folini, CEO, K.R. Pfiffner AG, Thalwil/Schweiz: „Die EMO ist in unserer Branche das Schaufenster für die Welt. Hier trifft sich alles, was mit Werkzeugmaschinen zu tun hat. Wer hier nicht vertreten ist, verpasst entscheidende Impulse. Für uns ist die Messe ein Meilenstein, auf den wir mit unseren Produkten und Lösungen hinarbeiten. Das Publikum ist international, und es muss weiterhin der Anspruch der EMO bleiben, die Weltleitmesse zu sein.“

Hans Feil, Vertrieb, SHW Werkzeugmaschinen GmbH, Aalen-Wasseraffingen: Wir waren sehr überrascht von den vielen Nachfragen und dem internationalen Publikum, das wir hier hatten. Unsere Erwartungen wurden weit übertroffen. Von einer Krise oder einer angehenden Krise können wir in unserem Bereich wirklich nicht sprechen.“

Michael Hauser, CEO, Tornos SA, Moutier/Schweiz, CECIMO Präsident: „Die EMO ist ein wichtiges Sprungbrett für Werkzeugmaschinenunternehmen, um Aufträge zu generieren und ihre Reichweite in internationalen Märkten zu erweitern. Die EMO 2011 fand zu einem Zeitpunkt statt, in dem die europäische Werkzeugmaschinenindustrie wieder auf dem Wachstumspfad war, nach einer sehr harten Zeit während der globalen Wirtschaftskrise. Tausende von Unternehmen füllen die Hallen der EMO 2011 in Hannover. Das vermittelt eine klare Botschaft: Wir sind in guter Verfassung und sind zur EMO gekommen, der weltweit wichtigsten Messe für Metallbearbeitung um unser Geschäft weiter anzutreiben.“

Klaus Löffler, Director International Sales, Trumpf Laser- und Systemtechnik GmbH, Ditzingen: „Für uns gab es viele Überraschungen, weil wir bei dieser Messe keine Maschinen mehr ausgestellt haben, sondern nur noch Bauteile und Beispiele, wie man effizient Produkte herstellen kann. Es war eine riesige Überraschung für alle unsere Bestandskunden. Wir haben über 40 Prozent Neukundenkontakte, und das hat unsere Erwartungen mehr als erfüllt.“

Alex Te Baerts, Area Sales Manager, Unisign, Panningen/Niederlande: „Die EMO bietet uns die einzigartige Möglichkeit, unsere hoch entwickelte Technologie in kurzer Zeit zu präsentieren. Als sehr schnell wachsendes Unternehmen möchten wir unsere Marktposition auch prominent darstellen, das gelingt auf der EMO. Wir haben schon sehr gutes Feedback bekommen, weil unsere recht unkonventionelle Präsentation gelungen ist. Wir passen unsere Maschinen dem Kundenwunsch an, sind nah an den Kunden, deshalb ist der persönliche Kontakt auf Messen wie der EMO ausschlaggebend.“

Dieter Schatzl, Leiter Marketing, WFL Millturn Technologies GmbH & Co.KG,

Linz/Österreich: „Die wirtschaftliche Situation ist sehr gut, wir sind mit hohen Erwartungen auf die EMO gekommen. Bereits am ersten Tag wurden unsere Erwartungen voll erfüllt, die Besucherfrequenz an unserem Stand ist sehr gut. Wir hatten auch viele Anmeldungen von Kunden gehabt.“

Anne Hirtzlin, Manager Sales and Marketing Administration, Willemin-Macodel,

Delémont/Schweiz: „Die EMO ist eine sehr wichtige Ausstellung und für uns die Möglichkeit, in Kontakt mit Kunden und Maschinenbauern zu kommen. Wir nutzen die Gelegenheit, neue Produkte zu präsentieren und Geschäftsverbindungen zu knüpfen. Wir sind sehr zufrieden mit den Besucherkontakten.“

Besucher:

Hamdi H. El Tahhan, Chairman, El Tahhan - Piling and Construction Company S.A.E,

Smouha (Alexandria)/Ägypten: „Die EMO ist sehr interessant für mich und die Atmosphäre ist gut. So fällt es leichter, seine Ziele zu erreichen und Kontakte zu bestimmten Unternehmen aufzubauen.“

Eric Tian, Sales Manager, P&T Machinery International Co., Hangzhou/China:

„Unser Unternehmen interessiert sich sehr für neue Lösungen, speziell für Maschinen, die im Automotive-Bereich eingesetzt werden. Da bietet die EMO einige hochinteressante Ansätze und ich nehme einige Ideen mit nach Hause. Außerdem sind wir immer auf der Suche nach neuen Vertriebswegen in Europa. Die EMO kann dazu beitragen, die Lücken zu schließen.“

Norbert Jonas, Werksleiter, Kurz GmbH, Kreuzwertheim: „Ich besuche die EMO regelmäßig, um mich über Neuheiten der Branche zu informieren sowie Business-Kontakte zu knüpfen, beziehungsweise zu pflegen. Zudem komme ich mit ganz klaren Investitionsabsichten hierher.“

V.B. Desai, Deputy General Manager, miven mayfran Conveyors Pvt. Ltd., Hubli

(Karnataka)/Indien: „Wir kommen mit festen Investitionsabsichten auf die EMO und schauen uns alle Aussteller-Stände an, die für uns von Interesse sind. Nun haben wir genügend Informationen erhalten. Abschließend kann ich sagen, dass die EMO sich positiv weiterentwickelt hat.“

Arjun B. Gaikwad, CEO, Jijai Industries, Aurangabad (Maharashtra)/Indien: „Ich möchte mich auf der EMO HANNOVER 2011 über neue Verfahrenstechnik informieren. Das klappt auch sehr gut, weil alles sehr strukturiert ist und übersichtlich wirkt.“

Sushil Karnani, COO, Omira Group of Companies, Mumbai/Indien: „Auf der EMO werden neue Maschinen vorgestellt, die uns interessieren. Man bekommt einen exzellenten Überblick, was der Markt derzeit zu bieten hat. Alle Hauptakteure, mit denen wir ansonsten in der Branche zu tun haben, sind ebenfalls vertreten. Somit ist die Messe eine gute Gelegenheit, Kontakte zu pflegen. Wir möchten zudem weitere Kontakte zu Vertriebspartnern knüpfen.“

S.P. Singh, CEO, Rimaco Machines, Ghaziabad/Indien: „Wir kommen nach Hannover mit festen Kaufabsichten. Die EMO eignet sich als Messe hervorragend, wenn ein Unternehmen wie unseres nach neuen Maschinen sucht. Wir vergleichen nun verschiedene Anbieter und werden uns entscheiden.“

Ravi Vatni, Manager, Techno Aid Associates, Aurangabad/Indien: „Auf der EMO finden wir die Technologien, die wir für unser Unternehmen benötigen. Denn nur diese Messe bietet ein so umfassendes Spektrum an Neuheiten und Innovationen.“

Angela Brambilla, Managing Director, SEF Meccanotecnica SRL, Funo (BO)/Italien: „Die EMO ist die perfekte Plattform für uns. Hier kommen alle aus unserer Branche zusammen. Wir treffen unsere Lieferanten, pflegen unsere Kontakte und können Geschäfte abschließen.“

Yuzuru Goto, Manufacturing Engineer, Kawasaki Heavy Industries, Tokio/Japan: „Wer in dieser Branche arbeitet, muss sich informieren, in welche Richtung die Entwicklungen gehen und welche Lösungen der Markt zu bieten hat. Das ist einfach unerlässlich. Deshalb habe ich mich auf den Weg nach Hannover gemacht, denn die EMO gibt den umfassenden Überblick.“

Helmut Goiser, Business Sector Storage Equipment - High-Bay Warehousing, voestalpine KREMS Finaltechnik GmbH, Krems/Österreich: „Die EMO HANNOVER 2011 entspricht meinen Erwartungen. Man braucht gut zwei Tage, um alles gesehen und seinen Informationsbedarf gedeckt zu haben.“

Martin Hric, Manager of the hydraulic components factory, Lifam M D.O.O., Stara Pazova/Serbien: „Wir kommen mit ganz klaren Investitionsabsichten auf die EMO HANNOVER 2011. Zudem wollen wir uns über Innovationen informieren und Geschäftskontakte knüpfen.“

Howard Chen, CEO, Ylss, Kaohsiung City/Taiwan: „Die EMO ist für uns wie ein Schaufenster. Hier finden wir alle Neuigkeiten konzentriert an einem Ort. Deshalb ist Hannover auch immer eine Reise wert.“

Milan Čermák, specialista odd. HN, Assa Abloy Rychnov, s.r.o., Rychnov nad Kněžnou/Tschechische Republik: „Ich besuche zum ersten Mal die EMO in Hannover. Die Messe ist sehr groß und es gibt viel zu sehen. Ich bin vor allem hier, um mich über spezielle Werkzeuge zu informieren und Kundengespräche zu führen.“

Ken Bryson, Key Account Manager, Manford Machinery, Lyndhurst/USA: „Wer in der Branche Schritt halten will, muss informiert sein und wissen, welchen Weg die Branche nimmt. Die EMO bietet dafür einen exzellenten Rahmen und verschafft einen guten Überblick. Wir wollen uns auch als Vertriebspartner anbieten und suchen nach entsprechenden Kontakten.“