

# EMO



# Hannover

EMO Facts



## EMO FACTS

### ■ TITEL

EMO Hannover 2013  
Die Welt der Metallbearbeitung

### ■ DURCHFÜHRUNG

VDW – Generalkommissariat EMO Hannover 2013  
Verein Deutscher Werkzeugmaschinenfabriken e.V.  
Corneliusstraße 4  
60325 Frankfurt am Main  
Telefon +49 69 756081-0  
Fax +49 69 756081-74  
emo@vdw.de  
www.emo-hannover.de

### ■ ORT

30521 Hannover  
Messegelände

### ■ DAUER

Montag, 16. September 2013 bis  
Samstag, 21. September 2013

### ■ ÖFFNUNGSZEITEN

Täglich von 9.00 bis 18.00 Uhr

### ■ DAS ANGEBOT

Die Aussteller der EMO Hannover 2013 zeigen die ganze Bandbreite modernster Metallbearbeitungstechnik. Mit dem Schwergewicht auf spanenden und umformenden Werkzeugmaschinen, Fertigungssystemen, Präzisionswerkzeugen, automatisiertem Materialfluss, Computertechnologie, Industrieelektronik und Zubehör präsentiert die EMO Hannover 2013 das vollständige Spektrum der Fertigungstechnik:

- Werkzeugmaschinen, spanend, umformend, zerteilend und abtragend
- Blechbearbeitungs- und Drahtbearbeitungsmaschinen
- Werkzeugmaschinen für thermische, elektrochemische und sonstige Bearbeitung
- Elektronische Steuerungen
- CIM und Komponenten zur flexiblen Automation
- CAD/CAM
- Montage- und Handhabungstechnik
- Industrieroboter
- Materialfluss- und Lagertechnik
- Industrieelektronik, Sensor- und Diagnosetechnik
- Präzisionswerkzeuge, Diamantwerkzeuge, Messzeuge
- Prüftechnik, Messtechnik
- Schleifmittel, Kühl-Schmierstoffe
- Schweißen, Schneiden, Härten, Erwärmen
- Mechanisches, hydraulisches, elektrisches und elektronisches Zubehör für die Metallbearbeitung.

### ■ AUSSTELLER\*

2.037 aus 41 Ländern

### ■ AUSSTELLUNGSFLÄCHE\*

Die größte Fachmesse der Welt für Metallbearbeitung auf 176.435 m<sup>2</sup> Netto-Standfläche in 16 Hallen.

### ■ BESUCHER\*

138.651 hoch qualifizierte Fachbesucher aus allen Bereichen der Fertigungstechnik: Fahrzeugbau, Luft- und Raumfahrt, Maschinen- und Anlagenbau, Elektrotechnik, Feinmechanik/Optik, metallverarbeitende Industrie. Überwiegend entscheidungsbefugtes Management aus allen industrialisierten Ländern der Erde.

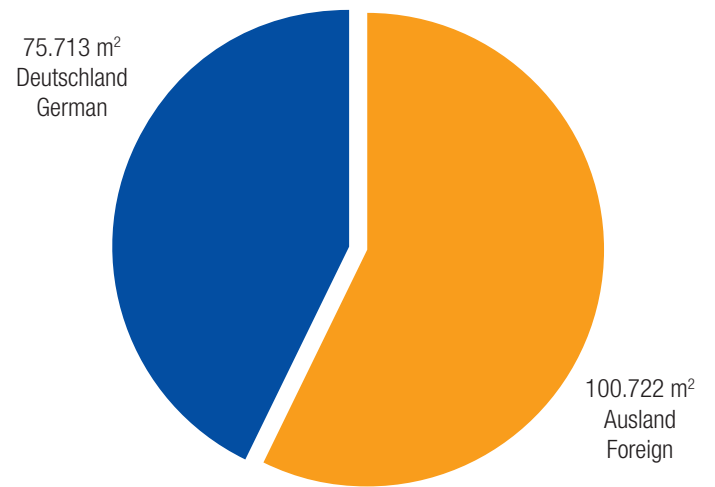
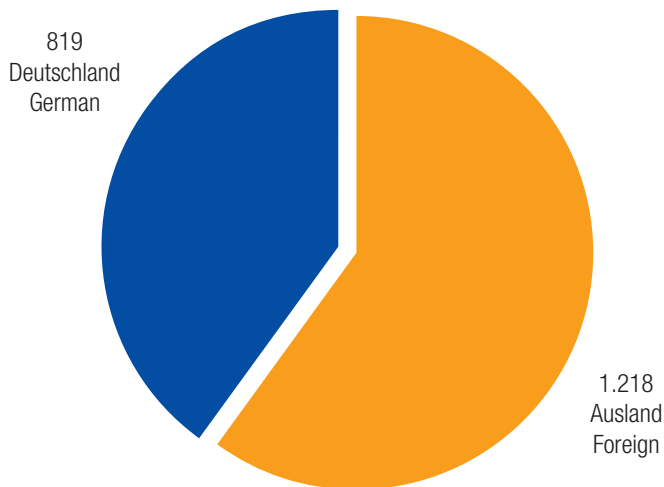
\* Daten der EMO Hannover 2011



## AUSSTELLER · EXHIBITORS

Insgesamt: 2.037 Aussteller  
Total exhibitors: 2,037

Ausstellungsfläche (netto): 176.435 m<sup>2</sup>  
Net exhibition area: 176,435 m<sup>2</sup>

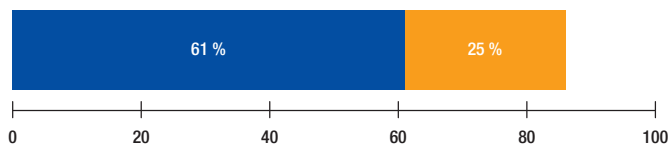


## HOHE ZUFRIEDENHEITSWERTE DER AUSSTELLER DER EMO HANNOVER 2011 HIGH SATISFACTION VALUES AMONG THE EXHIBITORS AT EMO HANNOVER 2011

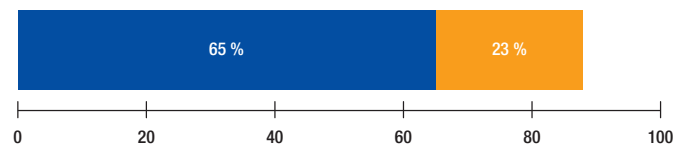
■ Anteil sehr zufriedener Aussteller  
Percentage of highly satisfied exhibitors

■ Anteil zufriedener Aussteller  
Percentage of satisfied exhibitors

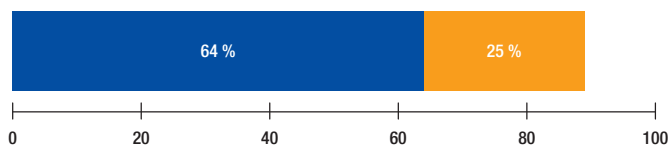
Erreichung Messebeteiligungsziele  
Fair attendance objectives attained



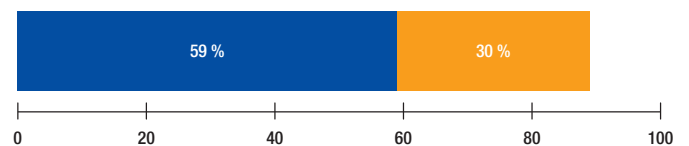
Besucherqualität  
Quality of visitors



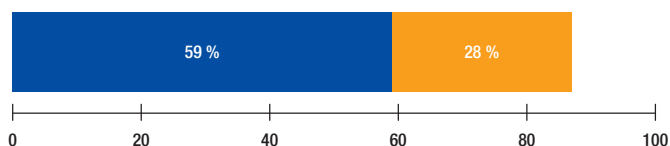
Beurteilung geschäftlichen Erfolges  
Assessment of commercial success



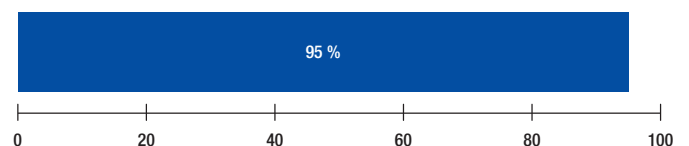
Erwartung Nachmessegeschäft  
Expectations of post-fair business



Zahl der konkreten Fachgespräche  
Number of concrete professional talks



Wiederteilnahme EMO 2013 geplant  
Plan to participate again at EMO 2013





## AUSSTELLERSTIMMEN (Auszug)

„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.“

**Jean-Pierre Wilmes, CEO and President, AgieCharmilles, Genf/Schweiz**

„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.“

**German Wankmiller, Vorsitzender der Geschäftsführung, Grob-Werke GmbH & Co. KG, Mindelheim**

„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.“

**Katja Mader, Marketing Director, Haas Automation Europe, Oxnard, Kalifornien/USA**

„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.“

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

„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.“

**Madeleine Labeauvie, Marketing & Communication, Huron Graffenstaden S.A.S., Illkirch-Cedex/Frankreich**

„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.“

**Peter Lütjens, Verkaufsleiter, Körber Schleifring GmbH, Hamburg**

„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.“

**Martin Folini, CEO, K.R. Pfiffner AG, Thalwil/Schweiz**

„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.“

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

„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.“

**Ettore Batisti, President und CEO, Pama Spa, Rovereto/Italien**

„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.“

**Hans Feil, Vertrieb, SHW Werkzeugmaschinen GmbH, Aalen-Wasseralfingen**

„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.“

**Alex Te Baerts, Area Sales Manager, Unisign, Panningen/Niederlande**

„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.“

**Klaus Löffler, Director International Sales, Trumpf Laser- und Systemtechnik GmbH, Ditzingen**



## EXHIBITOR COMMENTS (Excerpt)

“EMO is a key trade fair for us – for meeting with our customers and for lining up new business. We display solutions for improving work processes. EMO is a permanent fixture in our calendar, and even the initial stage of the event fully met our expectations.”

**Jean-Pierre Wilmes, CEO and President, AgieCharmilles, Geneva, Switzerland**

“EMO is the place where you’ll find the highest level of innovation. This is where we can show our newest developments to customers from around the world. Where else can you see so much packed into a single event? The mood in the industry remains upbeat – especially among the German exhibitors, who are still the leaders on the technological plane.”

**German Wankmiller, Chairman of the Board of Management, Grob-Werke GmbH & Co. KG, Mindelheim, Germany**

“We came to EMO with high expectations. The market is picking up; our sales have increased by 62 percent worldwide, and demand continues strong. For us as an American company, EMO is a key trade fair, a real highlight. We see people from every nation at our stand – lots of German visitors, but also delegations from Russia, India and other countries. All the machines on display at our stand have already been sold, and will be shipped to our customers immediately after the show.”

**Katja Mader, Marketing Director, Haas Automation Europe, Oxnard, California, USA**

“EMO is the global flagship tradeshow as far as we are concerned, and the timing of this year’s event could not be better in terms of sending the right signals to industry. We see this fair as an excellent vehicle for showing people what we can do. Customers and potential customers are clearly getting the message, and this year they seem to be particularly focused in their requests for further information. They have come to this event with certain expectations and are ready to spend money – both during and after the event, which leaves us in a very positive frame of mind.”

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

“A tradeshow like EMO is simply the best way for a business to present its entire product portfolio. The unique feature of this event is that we can exhibit machine tools here on a scale that would be difficult to duplicate anywhere else. And the highly international audience at EMO is a perfect match for the international profile of our group. We have had visitors from many different countries, including China, India, Russia and Israel.”

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

“We are very satisfied, that following a record fair in 2007 – one which we thought we couldn’t top – we have done even better this time. We have once again surpassed the sales record we recorded here in 2007. We have sold almost 100 machines. That is a lot for us, because each machine is a capital investment and costs between 150,000 and one million euros.”

**Peter Lütjens, Sales Director, Körber Schleifring GmbH, Hamburg, Germany**

“EMO is our sector’s global showcase. If it’s happening in the world of machine tools, you’ll find it here at EMO. Any business that isn’t represented here is going to miss out on some key stimuli. We consider this trade fair a milestone for which we channel our products and solutions. There is an international audience here, and EMO needs to continue its commitment to being the leading trade fair in its sector.”

**Martin Folini, CEO, K.R. Pfiffner AG, Thalwil, Switzerland**

“As a major group of companies, we are increasingly focusing on providing a varied range of services. EMO provides a unique opportunity for us to communicate what we have to offer. It is the best place to reach the sort of international mix we are looking for. Our goals are to consolidate our customer relationships, not least to sign up some firm orders. The first two days have already exceeded our expectations, with some customers making their own decisions at the stand without any need for encouragement. People seem to be ready to spend money.”

**Martin Winterstein, Global Chief Marketing Officer, MAG Europe GmbH, Göppingen, Germany**

“EMO is the industry’s primary exhibition. Our company has been exhibiting at EMO since it was first established, because we use it as a unique forum to unveil our new machines in the marketplace. This represents an opportunity to build on existing relationships and meet potential new customers. The mood in the industry seems to be very positive right now, which is reflected in the sentiment here at EMO. We are experiencing a high level of interest among visitors.”

**Ettore Batisti, President and CEO, Pama Spa, Rovereto, Italy**

“We were very surprised by the many requests and the internationality of the visitors here. Our expectations have been exceeded by far. We do not really see a current or upcoming crisis in our sector.”

**Hans Feil, Sales, SHW Werkzeugmaschinen GmbH, Aalen-Wasserralfingen, Germany**

“EMO offers a unique opportunity to present our high-tech solutions in just a short amount of time. As a fast-growing company, we are looking to highlight our market profile – and at EMO we can do just that. We have already had some excellent feedback, because our highly unconventional presentation seems to have gone down really well. We tailor our machines to the customer’s requirements, and are generally very customer-focused – so the opportunity for personal contact at tradeshow like EMO is the key for us.”

**Alex Te Baerts, Area Sales Manager, Unisign, Panningen, The Netherlands**

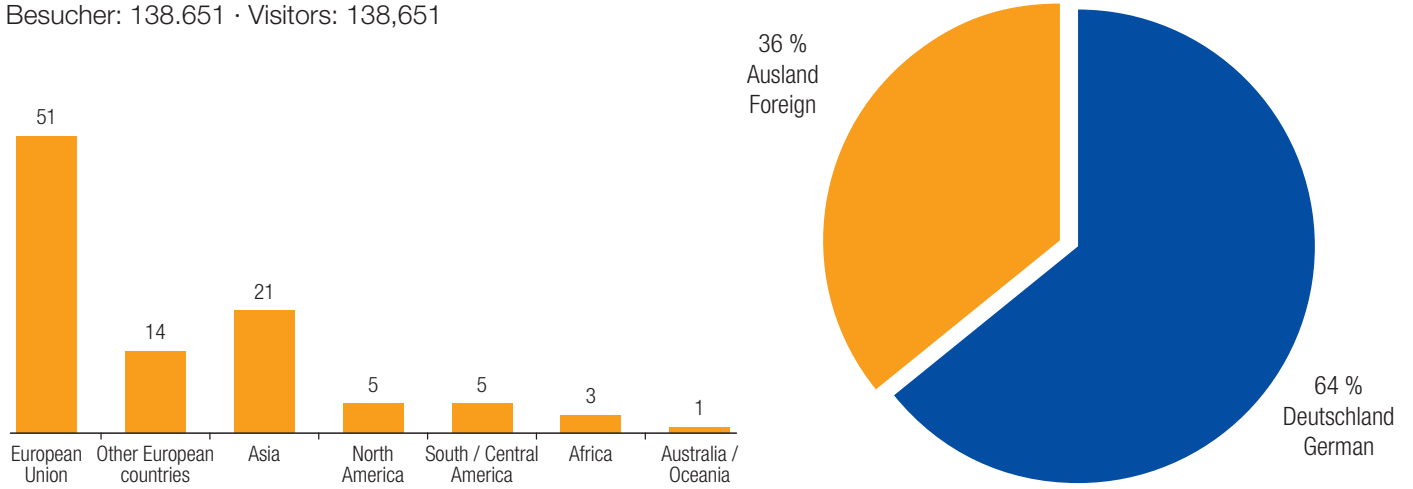
“For us there were many surprises. Instead of complete machines we displayed components and examples of how to manufacture products efficiently. It was a big surprise for all of our existing customers. We made more than 40 percent new contacts, and that more than fulfilled our expectations.”

**Klaus Löffler, Director International Sales, Trumpf Laser- und Systemtechnik GmbH, Ditzingen, Germany**

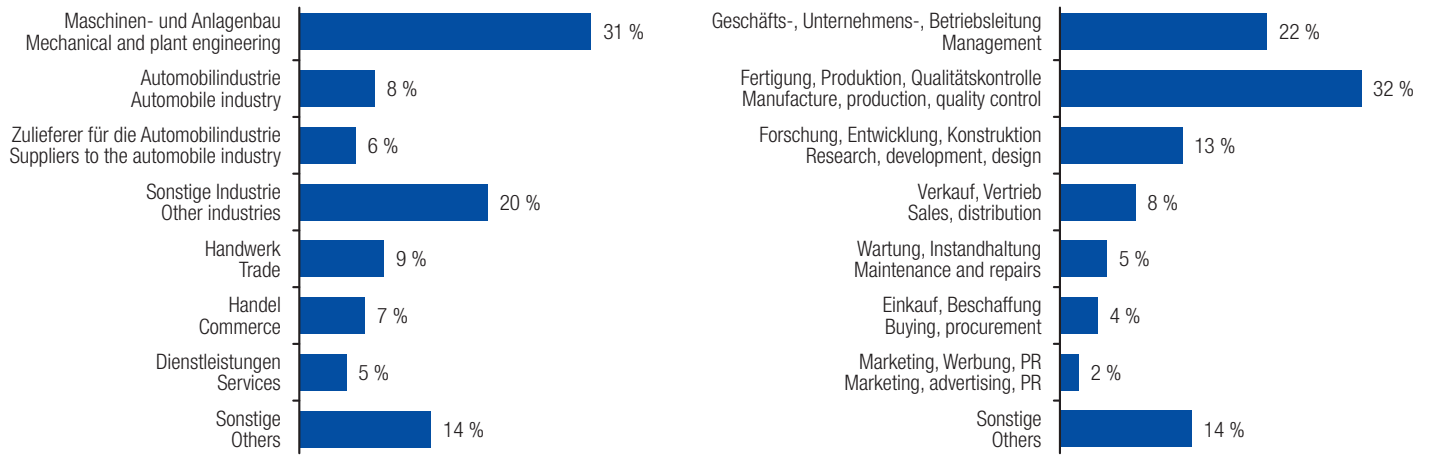


## BESUCHERSTRUKTUR EMO HANNOVER 2011 EMO HANNOVER 2011 VISITOR STRUCTURES

Besucher: 138.651 · Visitors: 138,651



## BESUCHER NACH INDUSTRIEZWEIGEN UND WIRTSCHAFTSBEREICHEN VISITORS ACCORDING TO BRANCHES OF INDUSTRY AND ECONOMIC SECTORS



## HOHER EINFLUSS BEI BESCHAFFUNGSENTSCHEIDUNGEN MAJOR INFLUENCE ON PROCUREMENT DECISIONS

■ ausschlaggebend / Central decision-making role  
■ mitentscheidend / Party to decision-making  
■ beratend / Consultation role





## EMO FACTS

### ■ TITLE

EMO Hannover 2013  
The world of metalworking

### ■ ORGANISATION

VDW – Generalkommissariat EMO Hannover 2013  
Verein Deutscher Werkzeugmaschinenfabriken e.V.  
Corneliusstrasse 4  
60325 Frankfurt am Main, GERMANY  
Phone +49 69 756081-0  
Fax +49 69 756081-74  
emo@vdw.de  
www.emo-hannover.de

### ■ VENUE

30521 Hannover, GERMANY  
Exhibition centre

### ■ DURATION

Monday, 16 September 2013 till  
Saturday, 21 September 2013

### ■ OPENING HOURS

Daily from 9:00 till 18:00 h

### ■ THE OFFER

The exhibits on display at EMO Hannover 2013 cover the entire range of state-of-the-art metalworking products. Although EMO Hannover 2013 focusses on cutting and forming machine tools, manufacturing systems, precision tools, automated flow of material, computer technology, industrial electronics and accessories, the fair covers manufacturing technology in its entirety:

- machine tools for cutting, forming, parting and eroding
- sheet metal and wire working machines
- machine tools for thermal, electrochemical and other processes
- electronic controls
- CIM and components for flexible automation
- CAD/CAM
- assembly and manipulation systems
- industrial robots
- material flow and warehousing
- industrial electronics, sensor technology and diagnostics
- precision tools, diamond tools, measuring tools
- testing and measuring equipment
- abrasives, coolants/lubricants
- welding, cutting, hardening, heating equipment
- mechanical, hydraulic, electrical and electronic accessories for metalworking.

### ■ EXHIBITORS\*

2,037 exhibitors from 41 nations

### ■ EXHIBITION SPACE\*

The largest metalworking trade fair in the world with 176,435 m<sup>2</sup> exhibition stand area in 16 halls.

### ■ VISITORS\*

138,651 highly qualified trade visitors from all sectors of manufacturing technology: vehicle construction, the aerospace industry, machine and system construction, electrical engineering, precision mechanics/optics, the metalworking industry. Predominantly management with decision-making competence from every industrialized country in the world.

\* Figures of EMO Hannover 2011



[https://twitter.com/EMO\\_HANNOVER](https://twitter.com/EMO_HANNOVER)  
<http://twitter.com/emohannover>



<https://www.facebook.com/EMOHannover>  
<https://www.facebook.com/EMOHannover.en>



<http://www.youtube.com/metaltradefair>



<http://www.linkedin.com/company/emo-hannover>

Eine Messe des  
A Fair by **VDW**

VDW – Generalkommissariat EMO Hannover 2013  
Verein Deutscher Werkzeugmaschinenfabriken e.V.  
Corneliusstrasse 4, 60325 Frankfurt am Main, GERMANY  
Tel. +49 69 756081-0, Fax +49 69 756081-74  
[emo@vdw.de](mailto:emo@vdw.de) · [www.emo-hannover.de](http://www.emo-hannover.de)

Promoted by

