

Presse
Press

Großes Interesse trotz schwieriger Zeiten

UPAKOVKA/UPAK ITALIA und interplastica 2016 in Moskau zählten deutlich mehr Besucher als im Vorjahr

Westliche Technologie für die Produktion von Verpackungen und verwandte Prozesse sowie für die Herstellung von Kunststoff- und Kautschukwaren wird bei russischen Unternehmen nach wie vor sehr geschätzt. Die politischen Rahmenbedingungen, der Ölpreisverfall sowie eine fortgesetzte Rubelschwäche mit einer Inflationsrate von etwa 15,8 Prozent im vergangenen Jahr und die daraus resultierende zögerliche Kreditvergabe machen Investitionen vor allem für kleine Unternehmen jedoch schwierig.

Auf der anderen Seite besteht in Russland und den Nachbarstaaten nach wie vor erheblicher Investitionsbedarf. Vor allem die heimische Konsumgüter-, Nahrungsmittel- und Verpackungsindustrie ist gefordert, Produktionsprozesse und Produktqualität zu optimieren, um Importe substituieren zu können. Sich über innovative Technologien auf dem Laufenden zu halten, Geschäftsbeziehungen zu Anbietern zu pflegen oder neu zu knüpfen stand daher für die Besucher der UPAKOVKA/UPAK ITALIA und der interplastica 2016 im Fokus. 20.900 Fachleute aus Russland und den Nachbarstaaten kamen vom 26. bis 29. Januar ins Moskauer Messezentrum Expocentre in Krasnaya Presnya – 1.900 mehr als 2015. Die Stimmung in den Hallen war auffallend gut, die Aussteller berichteten von äußerst interessierten und teilweise auch orderbereiten Geschäftsleuten. Insgesamt präsentierten bei beiden Messen 828 Unternehmen aus 38 Ländern ihre Angebote.

„Russland ist nach wie vor ein potenziell bedeutender Markt, der aktuell durch schwierige Zeiten geht. Momentan wird es vor allem mittleren und kleinen russischen Unternehmen nicht leicht gemacht – das Problem der Finanzierung geplanter Investitionen ist sehr groß. Dennoch ist der Markt keineswegs zum Stillstand gekommen. Das Interesse an hochwertigen und innovativen Maschinen, Systemen und Materialien ist



Messe Düsseldorf GmbH
Postfach 10 10 06
40001 Düsseldorf
Messeplatz
40474 Düsseldorf
Germany


Telefon +49 (0) 2 11/45 60-01
Telefax +49 (0) 2 11/45 60-6 68
Internet www.messe-duesseldorf.de
E-Mail info@messe-duesseldorf.de


Geschäftsführung:
Werner M. Dornscheidt (Vorsitzender)
Hans Werner Reinhard
Joachim Schäfer
Bernhard Stempfle
Vorsitzender des Aufsichtsrates:
Thomas Geisel

Amtsgericht Düsseldorf HRB 63
USt-IdNr. DE 119 360 948
St.Nr. 105/5830/0663

Mitgliedschaften der
Messe Düsseldorf:

 The global
Association of the
Exhibition Industry

 Ausstellungs- und
Messe-Ausschuss der
Deutschen Wirtschaft

 FKM – Gesellschaft zur
Freiwilligen Kontrolle von
Messe- und Ausstellungszahlen

Öffentliche Verkehrsmittel:
U78, U79: Messe Ost/Stockumer Kirchstr.
Bus 722: Messe-Center Verwaltung

nach wie vor groß, die Unternehmen wollen investieren und bemühen sich, geplante Projekte auch zu realisieren. In einer solchen Situation spielen Messen eine wichtige Rolle! Die Aussteller haben mit ihrer Teilnahme bewiesen, dass sie nicht nur den kurzfristigen Erfolg im Auge haben, sondern auf nachhaltige Beziehungspflege setzen. Dies wurde klar honoriert“, kommentiert Matthias Werner Dornscheidt, Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe Düsseldorf. Die Messegesellschaft richtet mit ihrem Tochterunternehmen Messe Düsseldorf Moskau OOO die beiden Fachmessen interplastica und UPAKOVKA/UPAK ITALIA aus, letztere in Kooperation mit dem italienischen Veranstalter CPA.

Die Besucher äußerten sich übereinstimmend positiv über das vielfältige Firmen- und Produktspektrum, die zahlreichen Produktpremierer und die Präsenz vieler Marktführer. Aber auch Spezialanbieter und Newcomer konnten sich über lebhaften Betrieb an ihren Messeständen freuen.

Die russischen Hersteller von Nahrungsmitteln und Getränken setzen nach wie vor auf westliche Technik: Jede zweite in Russland eingesetzte Süßwarenmaschine stammt aus deutscher Produktion, ebenfalls jede zweite Brauereimaschine sowie jede zweite Getränkeabfüllmaschine. Bei den Fleischverarbeitungsmaschinen sowie den sonstigen Verpackungsmaschinen ist es jede dritte Maschine. „Vor allem große Agrarholdings und Einzelhandelsunternehmen, die von ihren Zulieferern unabhängig werden wollen, investieren nicht zuletzt aufgrund des Importstopps von Nahrungsmitteln und staatlichen Subventionen in den Auf- und Ausbau der lokalen Nahrungsmittelproduktion. Mit der UPAKOVKA/UPAK ITALIA bieten wir eine ideale Plattform für Unternehmen, die für dieses Vorhaben die passende Technologie anbieten – und Russland ist einer der größten Absatzmärkte für Nahrungsmittel und Getränke weltweit“, kommentiert Bernd Jablonowski, Global Portfolio Director Processing & Packaging bei der Messe Düsseldorf.

Im Zuge der Investitionen entstehen zahlreiche neue Werke zur Herstellung von Fertiggerichten und Convenience-Produkten. Dies bietet deutschen Herstellern von Nahrungsmittelmaschinen und Verpackungsmaschinen Absatzchancen. Dennoch schlugen die

fehlenden Auftragseingänge aus dem Jahr 2014 im Jahr 2015 zu Buche und die deutschen Exporte von Nahrungsmittelmaschinen und Verpackungsmaschinen nach Russland sanken in den ersten zehn Monaten um 36 Prozent auf 261 Mio. Euro. Russland fiel damit im Ranking der wichtigsten Exportmärkte des deutschen Nahrungsmittelmaschinen- und Verpackungsmaschinenbaus von Platz 3, den es seit 2010 hielt, auf Platz 5 zurück. „Deutsche Technologie ist in Russland nach wie vor gefragt – sowohl von internationalen Lebensmittelkonzernen also auch von rein russischen Betrieben über die gesamte Wertschöpfungskette. Es ist heute wichtiger denn je, Flagge zu zeigen, Kontakte zu halten und zu intensivieren, um am Start zu sein, wenn die Konjunktur wieder anzieht“, kommentiert Vera Fritsche vom VDMA-Fachverband Nahrungsmittelmaschinen und Verpackungsmaschinen.

Ähnlich sieht dies auch Andrea Briganti, CEO des Mitveranstalters CPA sowie Geschäftsführer des italienischen Maschinenbauerbandes der grafischen, Converting sowie Papierindustrie, ACIMGA: „Die momentanen Rahmenbedingung in Russland sind sicherlich nicht ideal, aber es werden auch andere Zeiten kommen. Um das enorme Marktpotenzial nutzen zu können, wenn die Konjunktur wieder anzieht, muss man am Ball bleiben.“

Guten Zuspruch fand auch die Sonderschau „World of Packaging Materials“. Dort zeigten Unternehmen ihre Lösungen aus dem Bereich Packmittel.

Die nächste UPAKOVKA/UPAK ITALIA findet vom 24. bis 27. Januar 2017 in Moskau statt, erneut parallel zur interplastica.

Weitere Informationen sind erhältlich im Internet unter www.upakovka-upakitalia.de sowie bei der Messe Düsseldorf GmbH, Herr Thomas Dohse, Tel. 0211/4560-416, Email DohseT@messe-duesseldorf.de und Herr Malte Seifert, Tel. 0211/4560-417, Email SeifertM@messe-duesseldorf.de.

11. Februar 2016

Pressekontakt

Pressereferat Packaging and Processing Portfolio

Messe Düsseldorf

Sebastian Pflügge

Apostolos Hatzigiannidis (Assistenz)

Tel.: +49 (0) 211/4560-464/-544

Fax: +49 (0) 211/4560-8548

PflueggeS@messe-duesseldorf.de,

HatzigiannidisA@messe-duesseldorf.de

Ausstellerstimmen von der UPAKOVKA/UPAK ITALIA 2016:

Anna Lebedeva, CEO der Global Association for Marketing at Retail POPAI RUSSIA

Wir nehmen zum ersten Mal an der UPAKOVKA/UPAK ITALIA teil und präsentieren unser gesamtes Dienstleistungsspektrum für Design, Branding und Herstellung von Werbeverpackungen. Heutzutage ist die Konkurrenz sehr groß und Kunden wissen eine individuelle Herangehensweise an ihr Unternehmen besonders zu schätzen. Meines Erachtens kann man eine anspruchsvolle wirtschaftliche Situation als eine Zeit der neuen Möglichkeiten sehen. Dies ist die Zeit, um nach neuen Kunden zu suchen und um mit den bewährten Partnern noch näher zusammenzuwachsen! Wir sind mit den Ergebnissen der Messe sehr zufrieden, es ist eine gute Chance seine Produktion zu präsentieren und neue Kunden zu akquirieren!

Anna Mauri, Kundenmanager bei The Group of Companies MAURY

Wir stellen bereits zum vierten Mal auf der Messe aus. Unsere Hauptkunden sind Hersteller von Milchprodukten, Süßwaren- und Teigwaren. Am ersten Messetag gab es nicht viele Besucher. Wir können natürlich nicht umhin, den Rückgang der Nachfrage sowie den Abstieg des Auftragsvolumens zu bemerken. In diesem Sinne sind wir auf der Suche nach neuen Entwicklungsrichtungen für unser Geschäft und die Messe bietet sich als eine hervorragende Plattform, um aktuelle Aktivitätsbereiche auf dem Markt zu erkunden sowie um die Bedürfnisse moderner Kundschaft festzustellen.

Natalja Fedotova, Director of Administration bei ANTON OHLERT

Unsere Kunden sind große Werke und Betriebe, die kostspielige Anlagen erwerben, beispielsweise, UniConf: ROTFRONT, Krasny Oktyabr, Babaevskiy Group. Selbstverständlich ist die Situation momentan kompliziert. Der Preis für die Ausstattung ist durch den Kurs-Schwenk wesentlich gestiegen und dadurch sind die Auftraggeber-Unternehmen gezwungen, die Frage der Budgetplanung sorgfältiger anzugehen. In diesem Zusammenhang erwarten wir keine großen Absätze, sind jedoch davon überzeugt, dass das Interesse an dem Geschäft unverändert bleibt. Wir sehen das an unseren Partnern und Kunden, die unseren Messestand aktiv besuchen. Über die Image-Komponente unserer Teilnahme hinaus, verzeichnen wir bereits am zweiten Messetag ein positives Ergebnis.

Tatiana Minaeva, Administrator der ULMA PACKAGING LLC.

Ziel unserer Teilnahme ist natürlich, neue Aufträge abzuschließen und den finanziellen Gewinn des Unternehmens zu erhöhen. Wir sind kundenorientiert und präsentieren hochwertige europäische Ausrüstung. Ich kann nicht umhin, das Interesse an unserem Stand seitens der Fachbesucher zu vermerken und hoffe auf gute Ergebnisse der auf der Messe durchgeführten Geschäftsverhandlungen.

Anastasia Kolmykova, Stellvertretender Direktor YAMATO SCALE LLC.

Die UPAKOVKA/UPAK ITALIA ist die einzige Messe in der Russischen Föderation, an der wir teilnehmen. Flexible Service- und Auszahlungsbedingungen erlauben uns, das Verkaufsvolumen auf dem Vorkrisenniveau zu halten. Die Jahre 2014 und 2015 waren für uns sehr erfolgreich. Wir hoffen, dass unsere Zahlen auch 2016 nicht zurückgehen. In unserer Branche wird die Elektronik und Technik alle drei Jahre modernisiert. In diesem Jahr erwartet uns also auch eine Erneuerung des Produktprogramms.

Alexey Kazarev, Leiter der Polygraphieabteilung FORINTEK Ltd.

80 Prozent unserer Kundschaft sind Vertreter der Lebensmittelindustrie. Die Nachfrage in dieser Branche ist beständig. Heute sind die Kunden an einem Übergang zu kostengünstigeren Anlagen interessiert. Und wir

sind bereit, solche Anlagen zu bieten, ohne dass dabei die Qualität leidet. Die 24. UPAKOVKA/UPAK ITALIA hat uns überrascht. Unter Berücksichtigung des Jahresbeginns und der aktuell instabilen wirtschaftlichen Situation, haben wir mit einer geringeren Besucherzahl gerechnet. Doch ich bin froh, dass alle unsere alten Kunden gekommen sind und, dass akute Probleme zwischen allen Ausstellern und Besuchern lebhaft besprochen wurden.

Tatiana Gaponova, Gebietsleiterin OMET

Die UPAKOVKA/UPAK ITALIA 2016 war in diesem Jahr für unsere Firma eine interessante Messe. Sie war gut organisiert und gab uns die Möglichkeit, neue potentielle Kunden zu finden und bestehende Kundenkontakte zu pflegen.

Fiorino Gregori, General-Direktor OMAG

Wir waren insgesamt mit der UPAKOVKA/UPAK ITALIA 2016 zufrieden, unser Stand war immer gut von Kunden und potentiellen Einkäufern besucht und an den beiden mittleren Tagen haben wir interessante neue Kontakte machen können. Wir haben uns intensiv auf diese wichtige Messe vorbereitet. Obwohl die Ausstellungsfläche abgenommen hat, ist die Upakovka für den russischen Markt eine äußerst wichtige Messe.

Stefano Squarcina, Leiter Vertrieb bei UTECO GROUP

Diese Veranstaltung hat unsere Erwartungen in Bezug auf Branchenbesucher voll bestätigt: Die Wirtschaftskrise und die Abwertung der lokalen Währung haben die Umsetzung neuer Projekte stark beeinträchtigt. Beweis dafür ist die Tatsache, dass die Mehrheit der Kunden, die wir getroffen haben, bestehende Kunden waren, während die Neukunden Investitionen aufschieben. Ein weiteres Anzeichen für den schrumpfenden Markt ist auch die kleine Ausstellungsfläche im Vergleich zu den Vorveranstaltungen. Die Kunden vertrauen noch immer auf eine starke wirtschaftliche Erholung, die der Industrie für flexible Verpackungsmittel neues Leben einhaucht und wo das Interesse an neuen Lebensmittelverpackungstechnologien hoch bleibt. Auch die Aussteller glauben an eine spürbare Erholung der Nachfrage und man hört schon von neuen Synergien für die Neusegmentierung der Ausstellungsflächen.