

EMO Hannover 2019 Nachbericht ■ Produktvorstellungen

# Zufrieden mit der Messe, ausgebremst vom Markt

Der erhoffte Erkenntnisgewinn auf der EMO ist für Aussteller und Besucher erfolgt. Die Branche muss sich auf eine Marktberuhigung einstellen. Positiv stimmt das respektable Interesse an zeitgemäßen Prozessen, schließlich gilt es, sich für die Zeit danach aufzustellen.

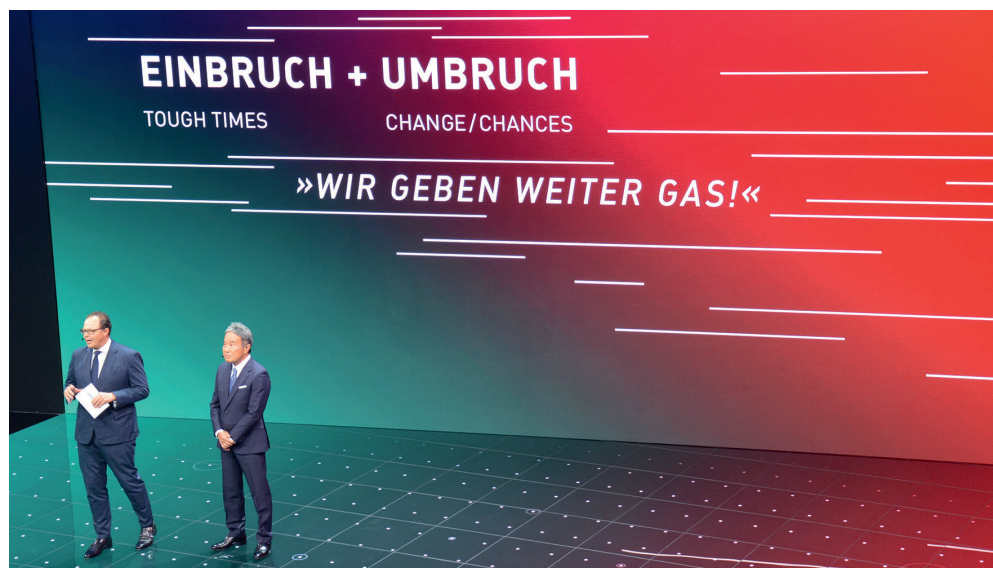
von Helmut Damm, Frank Pfeiffer und Martin Ricchiuti

**B**ereits im Vorfeld der EMO hatten sich die konjunkturellen Vorzeichen für das kommende Jahr ins Negative gedreht. Die Bremspuren bezüglich des jahrelang vorangetriebenen Kapazitäts- und Technologieausbaus hinterließen ab Q3/2019 in den Auftragsbüchern von Maschinen- und Werkzeugherstellern ihren Abrieb. So kam die EMO in Hannover recht, um im Dialog zwischen Ausstellern und Besuchern einen Blick in die kommende Investitionsperiode zu werfen.

## Leichter Rückgang bei Quantität, unverändert hohe Qualität

Mit 117.000 Besuchern verbuchte der EMO-Veranstalter VDW zwar einen Rückgang um zehn Prozent, mit über 2.200 Ausstellern konnte jedoch das Niveau der letzten Veranstaltung gehalten werden. »Angesichts der gedämpften Konjunkturerwartungen in den vergangenen Monaten ist der moderate Besucherrückgang als Erfolg zu werten. Uns freut ganz besonders, dass der Anteil ausländischer Besucher nochmals gestiegen ist«, sagt EMO-Generalkommis­sar Carl Martin Welcker.

Viele Aussteller berichten von einer überraschend hohen Besucherfrequenz auf ihren Ständen. »Die EMO hat sich einmal mehr als Fels in der Brandung erwiesen und gibt auch in unsicheren Zeiten Orientierung für die weitere Entwicklung in der Produktionstechnik«, urteilt Welcker. Hohe Internationalität und Qualität bei Besuchern und Ausstellern sowie eine ungeheure Dichte an Innovationen und Präsentationen von



1 DMG-Mori-Pressekonferenz auf der EMO: Die beiden Konzern-Chefs Christian Thönes und Dr. Masahiko Mori nahmen Bezug auf die aktuelle Lage der Branche; der Tenor lautete Durchhalten und weiter Angreifen (© Hanser)

Produktneuheiten seien das Markenzeichen der Leitmesse.

Mehr als die Hälfte der Besucher kam aus dem Ausland, davon jeweils die Hälfte aus Europa und aus Übersee. Bemerkenswert ist der Anstieg der Gäste aus Übersee um ein Fünftel. Dabei stellten Asien fast ein Drittel der ausländischen Besucher, allen voran aus China, Japan, Taiwan und Indien.

## Digitalisierung nimmt Fahrt auf

Auch bei dieser Veranstaltung konnte die EMO ihren Ruf als Innovationsplattform gerecht werden. Neben zahlreichen Produktvorstellungen waren die Themen Automatisierung und Digitalisierung omnipräsent. Schlagworte

dazu lauteten Apps, Digitaler Zwilling, Künstliche Intelligenz sowie Edge- und Cloudcomputing. Wie unter anderem Christian Thönes, Vorstandsvorsitzender der DMG Mori AG in Bielefeld bestätigte, waren Lösung gefragt, die sich an der ganzheitlichen Prozesskette inklusive digitaler Services orientierten und dadurch den relevanten Mehrwert für die Kunden schafften. Die kommende EMO wird dann vom 4. bis 9. Oktober 2021 in Mailand stattfinden.

## Fokus auf Neuvorstellungen

Auf den kommenden Seiten finden Sie Kurzprofile von EMO-Messeneuheiten, über die bisher in der WB noch nicht berichtet wurde. ■