

Nachgefragt:

**Interview mit Dr.-Ing. Eberhard Döring,
Geschäftsführer der DEMAT GmbH und Messeleiter der EuroMold 2009**



© DEMAT GmbH

Dr.-Ing. Eberhard Döring,
Geschäftsführer der DEMAT GmbH und Messeleiter EuroMold 2009

Neues Hallenkonzept, kürzere Wege, konstante Ausstellerzahlen und attraktive Sonderthemen – auch die 16. EuroMold, Weltmesse für Werkzeug- und Formenbau, Design und Produktentwicklung, liegt wieder auf Erfolgskurs. CAD NEWS sprach mit Dr.-Ing. Eberhard Döring über die bevorstehende Messe.

Herr Dr. Döring, die EuroMold erstreckt sich jetzt auch auf die im September 2009 neu in Betrieb genommene Halle 11.0 des Frankfurter Messegeländes. Was bedeutet das für die Besucher?

Dr. Eberhard Döring: Die neue, moderne Halle 11.0 bildet nicht nur ein architektonisches Highlight der EuroMold 2009, sondern wird auch die Wege deutlich verkürzen. Mit der Halle 11.0 und den Hallen 8.0 und 9.0 bewegt sich die Weltmesse für Werkzeug- und Formenbau, Design und Produktentwicklung ausschließlich auf dem Westareal des Frankfurter Messegeländes. Dies bedeutet deutlich kürzere Wege und eine größere Nähe zwischen allen Hallen und Themenbereichen. In der neuen Halle 11.0 präsentiert die EuroMold unter anderem den größten europäischen Marktplatz für Produktentwicklung mit dem Schwerpunkt Rapid Prototyping und Rapid Manufacturing. Sämtliche Marktführer sind hier präsent und zeigen auf 11.000 Quadratmetern neueste Innovationen in diesem sich rasant entwickelnden Markt der additiven Verfahren.

Wie viele Aussteller werden an der EuroMold 2009 teilnehmen?

Mit unserem Ziel von 1.500 Ausstellern liegen wir auf dem Niveau des Vorjahres, was angesichts der schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen ein zufriedenstellendes Ergebnis ist. Für die kommenden Jahre rechnen wir wieder mit einem deutlichen Wachstum.

Spüren Sie Auswirkungen der Finanzkrise? Wenn ja, in welcher Weise?

Messen bilden generell die aktuelle Wirtschaftslage ab, insofern spüren auch wir die aktuelle Lage. Die Resonanz der Aussteller zeigt uns aber, dass die Präsenz auf einer weltweiten Leitmesse wie der EuroMold trotz Finanzkrise als sehr wichtig eingeschätzt wird. Wir reagieren auf die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen, indem wir zum Beispiel auf unserem Messe-Info-Tag unseren Ausstellern Tipps geben, wie sie zum Beispiel beim Standbau Geld einsparen und trotzdem einen noch erfolgreichereren Messeauftritt

EuroMold 2009 in Frankfurt/Main

Auf der 16. EuroMold werden in der Zeit vom 2. bis 5. Dezember 1.500 Aussteller aus 45 Ländern und 60.000 Fachbesucher erwartet. Auf rund 75.000 Quadratmetern Ausstellungsfläche zeigt die Messe mit einem neuen Hallenkonzept in den Hallen 8.0, 9.0 und 11.0 sowie der Galleria neueste Entwicklungen in sämtlichen Bereichen der Produktentwicklung. www.euromold.com



Mit einem neuen Hallenkonzept und der neu errichteten Halle 11 will die EuroMold 2009 die Wege verkürzen und architektonisch Maßstäbe setzen

haben können. Wir unterstützen die Aussteller unter anderem auch dabei, das Marketing-Budget so effektiv wie möglich einzusetzen oder ihre Kommunikation zu verbessern.

Worin begründet sich der andauernde Erfolg der EuroMold, die nun bereits zum 16. Mal stattfindet?

Das einzigartige Messekonzept "Vom Design über den Prototyp bis zur Serie" schließt die Lücke zwischen Industriedesignern, Produktentwicklern, Verarbeitern, Zulieferern und Anwendern. Die EuroMold zeigt Wege für eine schnellere, kostengünstigere und effizientere Entwicklung und Herstellung neuer Produkte auf. Diese Tatsache nimmt in der modernen Wirtschaft eine immer zentralere Rolle ein.

In diesem Jahr präsentiert sich Polen als Gastland auf der Messe. Der Werkzeug- und Formenbau ist im Nachbarland ein aufstrebender Wirtschaftssektor. Welche Bedeutung hat dieser Markt für die deutschen Unternehmen?

Polen ist ein sehr wichtiger Markt im Herzen Europas. Neben den günstigeren Produktionsbedingungen wird Polen auch als Absatzmarkt für deutsche Unternehmen immer wichtiger. Es besteht noch ein industrieller Nachholbedarf, der Polen gerade für den Werkzeug- und Formenbau äußerst interessant erscheinen lässt. Wir präsentieren diese Thematiken übrigens auch in der internationalen Konferenz "Polen – unser interessanter Nachbar."

Im Mai 2010 veranstaltet die DEMAT in Kooperation mit Gardner Publications die "Amerimold" in Cincinnati, USA. Lässt sich das Konzept der EuroMold identisch auf den amerikanischen Markt übertragen oder gibt es Abweichungen zum deutschen Messemodell?

Mit der Amerimold ergänzen wir unser internationales Angebot um einen sehr wichtigen Markt. Zusammen mit der Asiamold in Guangzhou und unseren EuroMold-Pavillons auf der DieMould India und auf der RosMould in Russland ermöglichen wir unseren Ausstellern, effizient auf drei Kontinenten ihre Produkte und Dienstleistungen zu präsentieren und ihre Netzwerke auszubauen. Das richtet sich sowohl an kleinere als auch an etablierte Mittelständler. So haben beispielsweise namhafte Aussteller wie EOS an unseren Auslandsveranstaltungen in Russland, Indien und China teilgenommen und schätzen dabei den effizienten Einsatz ihres Marketingbudgets.

Die Amerimold überträgt das erfolgreiche EuroMold-Konzept nach Nordamerika. Mit dem Standort Cincinnati sind wir im Herzen der amerikanischen Produktentwicklung angesiedelt, so dass hier aufstrebende Themenbereiche wie Rapid Prototyping oder CAD/CAM sicherlich eine sehr starke Rolle spielen werden.

Herr Dr. Döring, wir bedanken uns für die interessanten Ausführungen und wünschen eine erfolgreiche Messe.

