



## Abschluss-Pressemitteilung

swop 2017  
SNIEC  
Shanghai, China, 7. – 10.11.2017

## Zahlreiche Innovationen: Zweite Shanghai World of Packaging geht erfolgreich zu Ende

**Pressemitteilung, 23. November** | swop 2017, die führende Verarbeitungs- und Verpackungsfachmesse in Asien, konnte die größte Ausstellerbeteiligung seit ihrer Eröffnung verzeichnen. Knapp über 600 Aussteller aus China und Übersee nahmen an der Veranstaltung vom 7. – 10. November teil – darunter Multivac, HPRPC und andere führende Hersteller aus dem Bereich Verpackung und verwandte Prozesse. 20.053 Besucher aus knapp 80 Ländern wie China, den USA, Russland, Südkorea, Japan, Indien, Vietnam und Malaysia kamen zum Messegelände SNIEC, um die neusten Innovationen zu sehen.

Die viertägige Messe wurde von der Messe Düsseldorf (Shanghai) Co., Ltd (MDS) und Adsale Exhibition Services Ltd. veranstaltet. Die Besucher profitierten in erheblichem Maße von der Veranstaltung, da sie sich nicht nur über die neusten technologischen Innovationen informieren konnten, sondern auch über die Marktlage im Verpackungssektor. Sowohl im Bezug auf Messethemen, als auch auf zeitgleich laufende Konferenzen oder Ausstellerpräsentationen legte die swop 2017 einen wesentlich größeren Schwerpunkt auf das Thema Innovationen als die vorhergehende Messe. Vor allem die Initiative SAVE FOOD und ihr Debut in China sowie die aufgewertete FMCG Future Zone erhielten branchenweiten Zuspruch.

„Die Nachfrage nach modernen Verarbeitungsverfahren und Verpackungen in China wächst mit der immer rasanteren Urbanisierung und dem steigenden Konsum der Mittelschicht. Die swop mit ihren vier Messen und innovativen Sonderthemen ist die Plattform für modernste Technologien und Ideen aus einer Hand“, sagte Hans Werner Reinhard, Geschäftsführer der Messe Düsseldorf GmbH.

„Als eine der neu eingeführten Messen der interpack alliance, der Messefamilie der interpack als Weltleitmesse für Processing und Packaging, hat die swop zweifelsohne nun mehr Aufmerksamkeit auf dem Weltmarkt erregt und mehr führende Branchenexperten nach China gelockt“, kommentierte Bernd Jablonowski, Global Portfolio Director Processing and Packaging, Messe Düsseldorf.



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](http://www.messe-duesseldorf.de)  
E-Mail [info@messe-duesseldorf.de](mailto: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



# interpack alliance

MADE FOR TOMORROW

„Auch in diesem Jahr hat die swop wieder die gesamte Wertschöpfungskette der Verpackung abgebildet – von der Packstoffherstellung und -verarbeitung, über Primär- und Sekundärverpackung sowie Logistik-/E-Commerce-Verpackung bis zu Verpackungsmaterial und -behältern – alles unter dem Dach einer Messe. Die Messe bedient zudem im Kern acht Branchen: Lebensmittel, Getränke, Backwaren, Süßwaren, Kosmetika, Pharmazeutika, Non-Food Konsumgüter und Industriegüter. Damit wird die swop zur ersten One-Stop Sourcing-Plattform, die die gesamte Wertschöpfungskette abdeckt“, sagt Stanley Chu – der Vorsitzende von Adsale Exhibition Services Ltd.

### **Innovation bei den Exponaten: Industrie 4.0, intelligent, digital und nachhaltig**

Nach dem Vorbild von „Made in China 2025“ liegt die intelligente Verpackungsproduktion im Trend und viele Aussteller haben dies aufgegriffen. So kann zum Beispiel die Verbindung von intelligenter Software mit Maschinen individualisierten Bedarf besser decken. Auf der Messe war außerdem das Thema nachhaltige Entwicklung omnipräsent. Zahlreiche Unternehmen präsentierten ihre Anstrengungen zur Verringerung der Verpackungsmaterialstärke, zur Senkung des Ressourcenverbrauchs und Optimierung der Produktionsverfahren. Darüber hinaus liegen ‚grüne‘ und umweltfreundliche Verpackungsmaterialien stark im Trend.



### **Ausgezeichnete Premiere von SAVE FOOD in China**

In den sechs Jahren seit ihrer Einführung hat sich die SAVE FOOD Initiative der Welternährungsorganisation der Vereinten Nationen (FAO) und der Messe Düsseldorf GmbH, dem Veranstalter der interpack, zu einer breiten internationalen Koalition mit über 850 internationalen Mitgliedern entwickelt, zu denen wichtige Branchen, Verbände, Nichtregierungsorganisationen und Forschungseinrichtungen gehören. SAVE FOOD feierte sein China-Debut als Sonderthema auf der swop 2017 im Ausstellungsbereich der Halle W2 zeitgleich mit dem internationalen Summit am zweiten Messetag. Vincent Martin, der Vertreter der Welternährungsorganisation der Vereinten Nationen für China und Nordkorea, hielt eine Rede mit dem Thema „Reduktion der weltweiten Lebensmittelverschwendung durch Innovationen und Partnerschaften.“ Martin unterstrich „(...) dass das Fehlen geeigneter und nachhaltiger Verpackungslösungen in der Region Asien-Pazifik zu den Hauptgründen für Lebensmittelverschwendung gehört und Verpackung für ihre Senkung entscheidend ist. Dazu muss die Lebensmittelbranche eng mit der Verpackungsindustrie zusammenarbeiten.“ Gleichzeitig stellte Multivac seine „MultiFresh“ Folienverpackung vor, eine neue Verpackungsform, bei der die Folie



wie eine zweite Haut über dem Produkt liegt und seine ursprüngliche Form intakt hält, was besonders geeignet für die Verpackung von Frischfleisch ist. TOMRA Sorting zeigte, wie man Verluste beträchtlich senken, Kosten einsparen und die Rentabilität von Lebensmittelunternehmen durch schnelle und energieeffiziente Sortiertechnik erhöhen kann. US MOCON, Xiamen Changsu und Beijing Lantsai präsentierten ein MAP-Prüfgerät, BOPA-Folien, intelligente Etiketten sowie andere hochmoderne Produkte und Technologien aus dem Blickwinkel optimierter Verpackung und Haltbarkeit von Lebensmitteln. Die Premiere des internationalen Summits in China lockte fast 200 Branchenprofis aus der Lebensmittelbranche an und wurde durchweg gelobt.

### **Innovation beim Verpackungsmaterial: Aufgewertete FMCG Future Zone erntet viel Lob**

Gegenüber Verarbeitungs- und Verpackungsmaschinen und Anlagen verzeichnen Verpackungsdesign und Packstoffe kürzere Innovationszyklen und auch die Anwenderindustrie zeigt steigendes Interesse an Packstoffen und Produkten. Die FMCG Future Zone erfreute sich eines größeren Zuspruchs als die vorherige „Packaging Materials and Products Zone“. Die FMCG Future Zone, dieses Mal komplett aufgewertet, bot Raum für die neusten Produkte von über 200 bekannten Herstellern aus China und Übersee. Ausgestellt waren verschiedene Packstoffe und Produkte auf einer Fläche von 10.000m<sup>2</sup> in Halle W3 wie z.B. RPC's WaveGrip – integrierte Lösungen für Dosengetränke oder die Eat-Go-Lösungen von EasySnacking. Zahlreiche Verpackungsprodukte von Berry Plastics für Lebensmittel, Getränke, Körperpflege und die Medizinbranche demonstrierten eindrucksvoll den Trend zu besseren Barriere-Eigenschaften, geringerem Gewicht, Umweltschutz und Individualisierung von Verpackungen. Shenzhen Yutong, Chinas größter Anbieter von Papierverpackungen, zeigte seine sonderangefertigten Kartonprodukte für gehobene Marken wie Kung Fu Tea oder Luzhou Laojiao und erhielt großen Zuspruch. Die Halle W3 wimmelte nur so vor Besuchern – ein weiterer Beweis dafür, dass die langfristige strategische Zusammenarbeit zwischen dem Veranstalter und der „Packaging Family“, eine vorausschauende Plattform für den Austausch mit über 500 FMCG-Mitgliedern, von Erfolg gekrönt war.



### **Innovation bei den Themen: Parallelveranstaltungen und Konferenzen mit großem Besucherinteresse**

Zeitgleich mit der Messe fanden eine ganze Reihe großer und vielseitiger Branchenforen statt zu solchen Themen wie Lebensmittelverarbeitung, intelligente Verpackung, ‚grüne‘ Verpackungen, Verpackungsdesign & -innovation, E-Commerce & Logistik-Verpackung. Die Sessions waren sehr gut besucht und die Stimmung exzellent. Viele Teilnehmer sagten, die Themen der Foren seien neu für sie und von hoher Qualität gewesen. Das Forum „Packaging, Intelligence



**interpack  
alliance**

MADE FOR TOMORROW

and Future" am ersten Tag war zum Beispiel so überfüllt, dass die Besucher bis auf den Gang standen. Der SAVE FOOD-Gipfel am zweiten Tag lockte fast 200 Besucher aus der Lebensmittelbranche an, die sich für die Verlängerung des Haltbarkeitsdatums durch innovative Verpackung interessierten. Die „Global Aluminium Foil Roller Initiative“ (GLAFRI), die knapp über 50% der weltweiten Folienproduktion vertritt, traf sich auf der swop. 35 Vertreter von chinesischen Aluminiumfolienherstellern und ihre Kunden wie Hersteller von Aluminiumbehältern diskutierten Möglichkeiten, ihre Präsenz auf dem wachsenden Verpackungsmarkt in China zu verstärken.

Zudem wurden täglich Nachmittagsseminare von der „Packaging Family“ veranstaltet. Mehrere ausgezeichnete Vorträge kamen von Verpackungsspezialisten von Beiersdorf, Danone, Johnson sowie anderen bekannten Verpackungsunternehmen, die von den Besuchern mit reichlich Applaus bedacht wurden.

Um den Ausstellern den Kontakt mit potentiellen Kunden zu erleichtern, wurde ein sogenanntes „Business Pairing“-Programm ins Leben gerufen und „Buyers Groups“, bestehend aus beinahe 100 Industrieverbänden und Unternehmen, organisiert. Dieses Angebot erwies sich als starker Pluspunkt der Messe und kam bei den Ausstellern sehr gut an.

Die swop 2019 vom 25.-28. November auf dem Messegelände Shanghai New International Expo Centre ist bereits in Planung. Sie wird erneut mit innovativen und erweiterten Sonderthemen aufwarten.



**Weitere Informationen zur swop unter:**

[www.swop-online.com](http://www.swop-online.com)

WeChat Account : swop



- Ende -

Pressekontakt:

Ms. Echo Li

Messe Düsseldorf (Shanghai) Co., Ltd.



**interpack  
alliance**

MADE FOR TOMORROW

Tel+86-21-6169 8337

Fax+86-21-6169 8301

echo.li@mds.cn

www.mds.cn

Frau Zoe Wan

Adsale Exhibition Services Ltd.

Tel+852-2516 3343

Fax+852-25165024

swop.hkpr@adsale.com.hk

[www.adsale.com.hk](http://www.adsale.com.hk)

Presse-Kontakt Packaging & Processing Portfolio

Messe Düsseldorf GmbH

Sebastian Pflügge

Apostolos Hatzigiannidis (Assistenz)

Tel. +49 (0)211 45 60 -464/-544

PflueggeS@messe-duesseldorf.de

HatzigiannidisA@messe-duesseldorf.de

#### Hintergrundinformationen zu den Veranstaltern

##### **Messe Düsseldorf (Shanghai) Co., Ltd.**

Messe Düsseldorf (Shanghai) Co., Ltd. (MDS) wurde 2009 als Tochtergesellschaft der Messe Düsseldorf GmbH, einer der führenden fünf Messegesellschaften der Welt gegründet. MDS engagiert sich dafür, die weltweit führenden Messen der Welt nach China zu bringen und chinesischen und internationalen Kunden herausragende Messedienstleistungen anzubieten. MDS veranstaltet in China mit Erfolg mehr als 20 Leitmesse und Konferenzen in den Industriezweigen Druck, Verpackung, Kabel und Rohre, Kunststoffe, erneuerbare Energie, Medizintechnik, Handel, Arbeitsschutz- und Arbeitssicherheit, Weine und Spirituosen sowie Camping und Caravaning. MDS betreibt Niederlassungen in Shanghai und Beijing und hat etwa 70 Vollzeitmitarbeiter. Das internationale Messegeschäft (mit Messen in Düsseldorf, Deutschland und anderen Leitmesse der Messe Düsseldorf) wird von Messe Düsseldorf China Ltd. (MDC) organisiert und bietet aus der Niederlassung in Hongkong herausragende Leistungen für chinesische Aussteller und Besucher. Mehr unter [www.mds.cn](http://www.mds.cn).

##### **Adsale Exhibition Services Ltd.**

Adsale Exhibition Services Ltd wurde 1978 in Hongkong gegründet. Das Unternehmen organisiert die Chinaplas, die asiatische Leitmesse für die Kunststoff- und Kautschukindustrie. Adsale organisiert darüber hinaus Sino-Pack, Sino-Label und Printing South China. Mithilfe von enormen Ressourcen in Asien und erprobten Vermarktungsstrategien für den chinesischen Markt bemüht sich Adsale, kostengünstige und integrierte Marketinglösungen in 20 Branchen wie beispielsweise Kunststoff und Kautschuk, Textilien und Bekleidung, Bau und Beleuchtung, Strom und elektrische Geräte, Automobile und Autozubehör, Verpackungstechnologie und -produkte, Druck und Etiketten, Holzbearbeitung und Möbel, Heizungs- und Kesselbau etc. anzubieten, um die Bedürfnisse internationaler Anbieter zu unterstützen, wenn sie den chinesischen und andere asiatische Märkte erschließen wollen. Die Gruppe hat Büros in Beijing, Shanghai, Shenzhen und Singapur und mehr als 300 Mitarbeiter.

