

## Happy Birthday interpack!

### Seit 50 Jahren die weltweite Nr. 1 für innovative Verpackungslösungen

Abfüll-, Bedruck- und Tiefziehmaschinen, Spritzgussautomaten und Dauerbackwaren-Herstellungsmaschinen: Alles das war schon auf der ersten interpack im Jahre 1958 zu sehen. Muten Begriffe aus dem damaligen interpack-Angebot wie zum Beispiel Sackausklopfmachines, Plombierkapseln oder Pralinenfüllautomaten heutzutage zwar etwas fremd an, so lässt der erste Presseabschlussbericht jedoch schon Erstaunliches ahnen: „Dem Besucher zeigte sich praktisch das gesamte Fachangebot der Verpackungsmaschinen-, Verpackungsmittel- und Süßwarenmaschinenindustrie. In großzügig belegten, lichtdurchfluteten Hallen dominierte in Düsseldorf das intime Fachgespräch. Ein Sprachen-Babylon herrschte zuweilen an den Ständen der Ausstellerfirmen. Es ist kein Zweifel mehr – hier hat sich nach dem Pariser Salon und der Olympia Show in London eine neue bleibende Verpackungsfachmesse von wirklich europäischem Gewicht etabliert, deren marktliche Nachwirkungen die Investitionstätigkeit der Abnehmerfachzweige noch lange Zeit befruchten wird.“

Es waren 255 Firmen, davon 60 aus dem Ausland, die im März 1958 auf der ersten interpack eine Netto-Ausstellungsfläche von 11.844 m<sup>2</sup> belegten. 32.500 internationale Fachbesucher wurden auf dem alten Düsseldorfer Messegelände im Ehrenhof gezählt. „Verpackungstechnik und Verpackungsmaterialien sind in Deutschland zu so wesentlichen wirtschaftlichen Faktoren herangereift, dass sie mit eigener Aussagekraft zur selbstständigen Fachmesse drängen“, lauteten damals im Besucherprospekt die erklärenden Worte zu der Idee, die interpack ins Leben zu rufen. Eine Sonderschau beschäftigte sich mit dem Thema „Seemäßige Verpackung“, ein Vortrag informierte „Über die Orthodoxie von Verpackungsmaschinen“.

Zur zweiten Veranstaltung 1960 kamen bereits 515 Aussteller aus 13 Ländern sowie 55.670 Besucher. Weiter ging es in den 60-er Jahren im Drei-Jahres-Turnus: Aussteller- und Besucherzahlen stiegen kontinuierlich, ebenso die Beteiligungen aus dem Ausland. 1975 stellten 1.129 Unternehmen aus 21 Ländern auf dem inzwischen bezogenen neuen Messegelände im Düsseldorfer Norden aus. Sie belegten eine Nettofläche von über 86.000 m<sup>2</sup>. Mitte der 70-er Jahre lagen die Investitionen für Verpackungsmaschinen in Deutschland bei einem Anteil von etwa zwei Prozent. Schon damals bezeichnete man die interpack als „die Modenschau des internationalen Verpackungsdesigns“. Sie signalisiere der Welt, welche Problemlösungen für das Image einer verkaufsfördernden Verpackung bestehen und erarbeitet werden können. Weitere Schwerpunkte waren Themen wie „vom Bonbonkocher zur vollautomatischen Süßwarenproduktion“, „vollautomatische Verpackungslinien für Pharmazeutika“ und schon der „Convenience-Effekt verbrauchergerechter Verpackungen“. Das inzwischen verstärkte Umweltbewusstsein forderte die verpackende Wirtschaft zum Umdenken auf: Nicht maximieren, sondern optimieren – nicht verschwenden, sondern wiederverwenden! Als technisches Highlight wurde zum Beispiel eine Verpackungslinie vorgestellt, die „in einer Minute hundertfach eine Kombination von Außenschachtel und dichtgesiegelter Innenpackung automatisch herstellt, füllt, Gewicht kontrolliert, das Füllgut von schädlichem Sauerstoff befreit, mit inertem Gas versetzt, verschließt und in Sammelpackungen eingibt, die dann auf Transportpaletten gestapelt werden.“ Über 111.000 Besucher, davon 39 Prozent aus dem Ausland, wurden von diesen Innovationen nach Düsseldorf gelockt.

Auch während der nächsten Jahre entwickelte sich die interpack prächtig: Aussteller- und Besucherzahlen, Internationalität und Quadratmeter – sämtliche Werte stiegen kontinuierlich.



Photo/Foto: Messe Düsseldorf

*interpack 1963: The third event already attracted over 70,000 visitors. 568 exhibitors from 14 countries presented state-of-the-art packaging technology.*

*interpack 1963: Zur dritten Veranstaltung kamen bereits mehr als 70.000 Besucher. 568 Aussteller aus 14 Ländern präsentierten modernste Verpackungstechnik.*

Längst war die interpack das Top-Ereignis ihrer Branche, die unbestrittene Nr. 1 weltweit. 1990 dann präsentierten sich mehr als 2.000 Aussteller aus 35 Ländern auf über 125.000 m<sup>2</sup> netto. Inzwischen kamen mehr ausländische als inländische Besucher: Insgesamt waren es mehr als 170.000, davon 52 Prozent nicht aus Deutschland. Trends setzten jetzt „die Zunahme von maschinengängigen Verpackungen“, „vermehrt aseptische Verpackungssysteme“ oder „eine stärkere Gewichtung der Qualitätssicherung in Hinblick auf Verderb, Beschädigung, Produkthaftung und Umweltschäden“. Anfang der 90-er Jahre beschäftigte die Branche eine lebhaftere Verpackungsdebatte: Verminderung von Verpackungsabfall, Schwerpunkt auf das Verwerten – ohne auf typische Produkt- und Verpackungsvielfalt verzichten zu müssen.

In den folgenden Jahren spielten das weiter steigende Umweltbewusstsein und die zunehmende Globalisierung eine wichtige Rolle; seit der Jahrtausendwende dient das Internet als zusätzliche Informationsplattform auch zwischen den einzelnen Veranstaltungen. Galt bereits 2005 als ein Rekordjahr mit 2.654 Ausstellern aus 57 Ländern auf einer Fläche von 163.400 m<sup>2</sup>, so rechnen die Veranstalter für 2008 – dem Jubiläumsjahr der

interpack – mit weiteren Spitzenwerten: Vom 24. bis 30. April 2008 trifft sich die internationale Verpackungsbranche in Düsseldorf zur größten interpack, die es je gegeben hat. Aussteller und Besucher profitieren von der zusätzlichen Fläche einer weiteren neuen Halle. Mit dann 19 Hallen wird die interpack 2008 die gesamten Kapazitäten des Düsseldorfer Messegeländes belegen. Wie die Verpackungen haben auch die Verpackungsmaschinen eine dynamische Entwicklung hinter sich, für jeden Handgriff des Verpackens gibt es inzwischen eine automatisierte Lösung; Maschinen wickeln heute beispielsweise bis zu 2.300 Bonbons in der Minute ein oder verschließen 70.000 Flaschen in einer Stunde. Mit neuem Erscheinungsbild und neuem Untertitel – PROCESSES AND PACKAGING – präsentiert sich die interpack als bedeutendste Verpackungsmesse der Welt an ihrem 50. Geburtstag modern, dynamisch und als Trendsetter der Branche. Sie zeigt die Innovationen der gesamten Wertschöpfungskette und bietet damit nach wie vor ein weltweit einzigartiges Komplettpaket für alle, die nach Lösungen für ihre aktuellen Verpackungsanforderungen suchen oder sich einen Innovationsvorsprung für die Zukunft sichern möchten. Das ist noch genauso wie vor 50 Jahren.